

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

2.

SEDUTA DI GIOVEDÌ 4 LUGLIO 2013

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **ROBERTO FICO**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Gubitosi Luigi, <i>direttore generale della RAI</i>	4, 5, 6 10, 11, 13, 20, 24, 25, 26 29, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3	Lainati Giorgio (PdL)	38
Comunicazioni sul calendario dei lavori:		Liuzzi Mirella (M5S)	15, 25
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3	Marazziti Mario (SCpI)	12
Audizione del direttore generale della RAI, dottor Luigi Gubitosi.		Margiotta Salvatore (PD)	10, 14, 25
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3, 4, 10, 13, 15, 17 18, 22, 23, 31, 33, 38	Migliore Gennaro (SEL)	5
Airola Alberto (M5S)	6, 10, 36, 37	Minzolini Augusto (PdL)	15, 17, 18, 24, 31
Anzaldi Michele (PD)	23, 38	Peluffo Vinicio Giuseppe Guido (PD)	17
Bitonci Massimo (LNA)	11	Pisicchio Pino (Misto-CD)	13
Bonaiuti Paolo (PdL)	26, 29, 34	Rampelli Fabio (FdI)	20, 22, 33
Cuomo Vincenzo (PD)	23, 35, 36	Ranucci Raffaele (PD)	13, 22, 34
D'Alessandro Luca (PdL)	17, 35, 36	Rossi Maurizio (SCpI)	18, 32, 33
Fornaro Federico (PD)	23	Scalia Francesco (PD)	10
Grassi Gero (PD)	23, 24, 37, 38	ALLEGATO: Testo integrale dell'intervento del senatore Augusto Minzolini	39

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 14.40.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

Sarà inoltre attivata la trasmissione diretta sulla web-tv della Camera dei deputati e, qualora sia terminata la seduta dell'Assemblea, la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Comunico altresì che dell'audizione odierna sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

(Così rimane stabilito).

Comunicazioni sul calendario dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che nella riunione dell'Ufficio di Presidenza dello scorso 2 luglio si è unanimemente convenuto di svolgere il prossimo giovedì 11 luglio, dalle ore 14.30 alle ore 17.30, l'audizione del Viceministro per lo sviluppo economico, cons. Antonio Catricalà.

È stato anche stabilito che il successivo 15 luglio si terrà, dalle ore 16 alle 18, l'audizione dell'on. Marco Pannella e che nel pomeriggio di martedì 16 luglio l'Ufficio di Presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, effettuerà per la prima volta una visita presso la sede RAI di Saxa Rubra. Qualora uno dei componenti del-

l'Ufficio di Presidenza fosse impossibilitato a partecipare, potrà essere sostituito da un altro componente della Commissione.

Inoltre, il prossimo 18 luglio a partire dalle ore 14.30 e fino alle ore 17.30 potrebbe avere luogo l'audizione dei componenti del Consiglio di amministrazione della RAI, che hanno già dato la propria disponibilità per questa data.

Comunico che entro il 15 luglio sarà anche convocata la Sottocommissione per l'accesso affinché proceda alla sua costituzione attraverso l'elezione del Presidente.

Infine, l'audizione del dottor Gubitosi, qualora non dovesse concludersi nella seduta odierna, proseguirà, con la presenza anche della presidente Tarantola, martedì 9 luglio, dalle ore 20.30 alle ore 23.

**Audizione del direttore generale della RAI,
dottor Luigi Gubitosi.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'audizione, iniziata lo scorso 25 giugno, del dottor Luigi Gubitosi, direttore generale della RAI.

Ricordo che nella scorsa seduta il dottor Gubitosi e la presidente Tarantola avevano risposto ai quesiti formulati dagli onorevoli Peluffo e Brunetta.

La seduta odierna, che si svolgerà dalle ore 14.30 alle ore 17.30, riprenderà quindi con le risposte del dott. Gubitosi alle domande poste dai colleghi Airola, Piscichio, Marazziti, Migliore e Bitonci. Successivamente formuleranno le loro domande il senatore Margiotta, l'onorevole Liuzzi e i senatori Minzolini e Rossi, che si erano iscritti a parlare già nella precedente seduta, e infine l'onorevole Rampelli.

Faccio un'ultima comunicazione a tutti i commissari: grazie anche alla RAI comunicheremo per *e-mail* la rassegna stampa, i dati dell'Osservatorio di Pavia e, ogni mese, i dati Auditel, in modo che ne possiate tutti disporre. Inoltre, il giorno precedente la riunione della Commissione sarà inoltrato ai commissari l'elenco dei documenti *medio tempore* pervenuti.

Cedo quindi la parola al dottor Gubitosi, che ringrazio per la sua presenza, con riserva per me e per gli altri colleghi di rivolgergli ulteriori domande e formulare osservazioni.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Grazie e buongiorno a tutti. Prima di riprendere le risposte vorrei consegnare al presidente l'elenco degli operatori economici iscritti nell'elenco fornitori al 4 luglio 2013, che sono 1.022 (per 172 è in corso un'istruttoria, 37 sono sospesi o soggetti a verifiche per la presenza di alcune anomalie); quelli iscritti nell'albo fornitori del settore radiotelevisivo sono 1.170 (per 32 è in corso un'istruttoria e 69 sono in sospenso per verifiche di anomalie). Era stato chiesto dal senatore Airola, però mi sembrava più corretto mettere i dati a disposizione di tutti, quindi li consegno al Presidente e ve ne risparmio la lettura.

PRESIDENTE. La presidenza vi farà avere tutto il materiale in formato elettronico il prima possibile.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Forse è meglio che lo inviamo per *e-mail*. L'elenco è al 4 luglio, ma è dinamico, viene modificato nel tempo.

Se è d'accordo, Presidente, riprendo con le risposte alle domande che mi ero segnato nella scorsa seduta, procedendo nell'ordine sparso con cui le ho appuntate.

Inizio con l'onorevole Migliore, che ha parlato di spazio alle riforme costituzionali. È evidente che è molto condivisibile la sua osservazione sulla necessità di dare visibilità alle riforme costituzionali e al dibattito in corso. Stiamo ragionando se debbano essere trattate con specifiche pro-

duzioni o se invece sia preferibile utilizzare spazi già esistenti, dedicando appunto specifici spazi e modalità, tali da garantire un'efficace copertura di queste tematiche.

Credo che la RAI come servizio pubblico abbia il dovere di fornire ai cittadini l'informativa su materie così importanti come quella delle riforme costituzionali, quindi è sicuramente condivisibile e condivisa l'idea di darvi spazio. Dobbiamo capire quale sia la maniera migliore di attrarre più pubblico. Quando il dibattito è troppo elevato, troppo per addetti ai lavori, tipicamente a seguirlo sono persone già interessate, che conoscono la materia. Noi dobbiamo avere anche uno spirito di divulgazione, di apertura al maggior numero possibile di cittadini, per permettere la comprensione e l'informazione su queste materie.

L'onorevole Migliore mi chiedeva poi del GR Parlamento. Credo di aver già spiegato nella scorsa sessione che il numero di testate RAI si è incrementato negli anni scorsi non sempre per nobili motivi. Il GRP è nato da una costola del GR RAI e francamente non è evidente perché debba essere una testata separata. In occasione delle ultime elezioni, siccome il direttore del GRP andava in pensione, abbiamo preferito non nominare un nuovo direttore, con l'idea di abolire la testata. È stato dato l'*interim* al dottor Scipione Rossi, che è anche direttore di RAI Parlamento, per gestire al meglio il periodo elettorale. Adesso dobbiamo decidere. Come dicevo, non vogliamo mantenere una testata separata, ma si tratta di capire se continuare con l'accorpamento a RAI Parlamento o se, invece, sia preferibile unificarla come era in origine con il Giornale Radio. È un'idea che stiamo valutando. Ovviamente, il direttore generale fa l'istruttoria, ma la decisione spetta al Consiglio. Le due soluzioni hanno vantaggi e svantaggi diversi, ma sono abbastanza simili. Quindi, nell'ambito dei cosiddetti « cantieri di lavoro », su cui stiamo approfondendo l'organizzazione aziendale, dovrà essere presa una decisione, preferibilmente entro luglio.

Vorrei escludere — ma ovviamente il consiglio di amministrazione è sovrano — che il GRP rimanga una testata autonoma, in un'ottica di semplificazione della RAI stessa. Detto questo, continuerà ad andare in onda e a rappresentare un punto centrale del servizio pubblico insieme a RAI Parlamento. Chi di voi è stato ospite nei nuovi studi di RAI Parlamento avrà visto che abbiamo recentemente rinnovato e si sarà reso conto del fatto che stiamo investendo in quest'area.

Per quanto riguarda gli orari di programmazione, quando Camera e Senato sono aperti, la programmazione va dal lunedì al venerdì, parte alle 7 e termina alle 23, mentre il sabato e la domenica, quando l'attività istituzionale è ridotta, parte alle 7.30 e termina alle 17. Ovviamente con la riduzione degli orari diminuiamo anche il costo degli straordinari domenicali.

L'onorevole mi chiedeva anche della scadenza della concessione. Nel prossimo consiglio proporrò di aderire alla richiesta del Ministero dello sviluppo economico per il rinnovo della concessione 2016, seguendo un percorso di consultazioni che coinvolga istituzioni, cittadini, tutto il Paese in sostanza. La RAI metterà a disposizione la segreteria tecnica e tutti i suoi mezzi di comunicazione per avviare questo dibattito. Abbiamo seguito con molta attenzione quello che ha fatto BBC per il rinnovo della *Royal Charter*: ci sembra che sia stato un bel percorso, che loro fanno ogni dieci anni, avendo ormai molta esperienza in merito. Stiamo anche scambiandoci opinioni, non solo con BBC, ma anche con altri servizi pubblici, su come siano stati affrontati questi temi nei vari paesi.

GENNARO MIGLIORE. La ringrazio per le risposte. Preciso solo che, rispetto al GR Parlamento (sul piano organizzativo ovviamente lascio all'azienda la valutazione su come farlo funzionare), segnalavo l'importanza degli attuali mezzi tecnologici: per esempio, le edizioni che coprono il dibattito parlamentare sono di fatto realizzate in automatico o quasi, in *strea-*

ming, mentre l'attività istituzionale non è solamente interna alle Camere, ma riguarda anche eventi che hanno un carattere di approfondimento, convegni, interventi. Avevo citato, in questo senso, anche un'altra radio di servizio pubblico, anche se non pubblica, Radio Radicale, che ha uno spettro molto più largo. Lo segnalavo come esigenza anche di palinsesto.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Sulla convegnistica credo che andremo molto cauti, nel senso che dobbiamo assicurarci di mantenere anche in quel settore un certo equilibrio. Dobbiamo capire quali convegni vengono seguiti, in modo da assicurare che in qualche modo anche in tal caso si rispetti un certo pluralismo, che è più facile, ovviamente, seguire sulle trasmissioni in Aula. Sicuramente l'idea è di allargare al massimo la nostra attività.

L'onorevole Migliore mi aveva chiesto anche dell'archivio RAI Teche. Mi permetto di dirle che le Teche RAI sono una grandissima risorsa dell'azienda, anche grazie al lavoro straordinario che è stato fatto. Permettetemi di citare una collega che ha svolto un grande lavoro, Barbara Scaramucci, che sotto il profilo gestionale ed editoriale ha saputo valorizzarle al meglio, grazie all'utilizzo di un sistema per la catalogazione e la gestione di un'enorme massa di dati. Credo che la capacità delle Teche RAI di gestire i dati sia veramente straordinaria. Stiamo ipotizzando varie iniziative per rendere tale sistema fruibile anche dall'esterno e sicuramente il digitale ci aiuterà in tal senso. Stiamo anche immaginando un museo dell'audiovisivo e — perché no — magari un accorpamento con l'Istituto Luce, per mettere insieme le attività e le forze in questo campo.

Il fatto molto preoccupante è che negli ultimi anni sono stati ceduti molti diritti della RAI a produttori o distributori che hanno impoverito il nostro archivio. Ancora più preoccupante, in tal senso, è l'ipotesi, di cui si è parlato recentemente, di limitare la durata di alcuni diritti, che se attuata avrebbe comportato di fatto la sottrazione alla RAI di una parte consi-

stente del suo patrimonio di diritti a favore dei privati.

Passerei alle domande del senatore Airola.

ALBERTO AIROLA. Stavo per controllare il materiale che ci ha portato. Rispetto alle richieste, mi sembra che ne sia stato trasmesso solo una parte. Quello che ci interessa, in modo particolare, sono i dettagli delle operazioni, dei preventivi e dei fornitori.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Non ho finito e non sarò breve. Per quanto riguarda le modalità di assegnazione degli appalti è necessario fare un passo indietro. Torniamo al 2008, quando le Sezioni riunite della Corte di cassazione hanno precisato che la RAI deve qualificarsi come organismo di diritto pubblico, in particolare per quanto riguarda l'approvvigionamento di beni e servizi del settore non radiotelevisivo.

Quindi, in tale contesto la RAI si è dotata di istruzioni interne per la procedura di affidamento dei contratti aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture. Vi sono istruzioni interne, approvate dal consiglio di amministrazione e sottoposte periodicamente ad aggiornamenti, nelle quali sono disciplinate sia le procedure di acquisto applicabili al settore non radiotelevisivo, per il quale si applicano le disposizioni previste dal codice dei contratti pubblici, sia le procedure di acquisto previste per gli approvvigionamenti appartenenti al settore radiotelevisivo, esclusi, ai sensi dell'articolo 19 del decreto-legge n. 163 del 2006, dall'applicazione del codice.

Sull'albo ed elenco fornitori, i regolamenti sono pubblicati sul sito *www.fornitori.rai.it*: l'elenco fornitori è riservato agli operatori economici dei settori ordinari e l'albo fornitori è riservato agli operatori del settore radiotelevisivo (sono i due documenti che ho fornito).

L'accesso all'elenco fornitori è libero. Le richieste di iscrizione sono scaricabili dal sito web. Dopo la compilazione formalmente verificata dal sistema, sono inol-

trate alla RAI per via informatica. Gli operatori, oltre ai propri dati, indicano le classi merceologiche, l'interesse per la propria attività e i luoghi dove sono disponibili a operare.

Relativamente all'albo fornitori, le richieste vengono trasmesse all'ufficio albo fornitori e alla direzione acquisti dalle diverse direzioni interessate (risorse televisive, produzione, radio, *fiction*, reti, sedi regionali). Quando una direzione è interessata a un fornitore deve comunicarlo alla direzione acquisti, la quale effettua una verifica dei requisiti economico-finanziari e tecnici e valuta la credibilità dell'operatore interessato a lavorare con il gruppo RAI. Ricevuta la richiesta, l'albo fornitori contatta l'operatore, lo istruisce sulle procedure di iscrizione, gli trasmette contestualmente la relativa domanda. I sistemi albo ed elenco sono unici per tutto il gruppo RAI, senza distinzioni territoriali, e agli iscritti viene periodicamente verificata la regolarità contributiva e fiscale, casellario giudiziale e ogni altro documento attestante i requisiti di ordine generale di cui all'articolo 38 del codice dei contratti pubblici.

Sul sito internet *www.fornitori.rai.it* vengono pubblicati i bandi e la documentazione di gara, nonché l'aggiudicazione e il riepilogo degli appalti, affidati secondo quanto previsto dal codice dei contratti pubblici e dalla legge n. 190 del 6 novembre 2012 (cosiddetta legge anticorruzione) e successive modifiche. Quindi, tutti gli appalti possono essere verificati sul sito. Peraltro, le istruzioni interne sono in corso di aggiornamento rispetto sia all'evoluzione giurisprudenziale in materia sia all'evoluzione del contesto di riferimento e organizzativo aziendale. In altre parole, stiamo rivedendo la procedura degli acquisti.

Come già anticipato, si ricorda inoltre che il consiglio di amministrazione ha recentemente approvato il nuovo modello di organizzazione, gestione e controllo ex decreto legislativo n. 231 del 2001, conseguente alla nuova capillare mappatura

delle aree di rischio aziendale, al fine di potenziare i presìdi aziendali sulle aree ritenute sensibili.

Di seguito riepilogo brevemente le procedure relative agli acquisti per poi darvi qualche informazione di dettaglio su *fiction*, intrattenimento, cinema e produzione, quest'ultima in riferimento, come lei ha chiesto, agli appalti REP, REL e post-montaggio.

Vengo alle procedure previste nel settore non radiotelevisivo. Per la soddisfazione dei propri fabbisogni di approvvigionamento, di lavori, servizi e forniture in settori diversi da quelli strettamente connessi con il settore radiotelevisivo, la RAI utilizza tutte le procedure previste dal decreto legislativo n. 163 del 12 aprile 2006, anche noto come codice dei contratti pubblici. In tale contesto, le procedure di gara vengono svolte seguendo la normativa prevista dal codice degli appalti pubblici, con una segregazione di responsabilità operative all'interno dell'azienda tra le strutture aziendali che entrano nel processo. In particolare, l'esigenza del fabbisogno è espressa dalle diverse direzioni aziendali che formulano richieste di acquisto alla direzione competente all'acquisto, cioè alla direzione acquisti, che è responsabile del processo di affidamento; il processo è anche presidiato dalla direzione affari legali e societari e finanza e pianificazione, per i rispettivi profili di competenza.

Il settore radiotelevisivo è invece un settore escluso ai sensi del codice degli appalti pubblici, e le acquisizioni avvengono sulla base delle istruzioni interne e di specifici processi aziendali.

Entro ora nel dettaglio di queste ultime. RAI Fiction: l'attività della RAI nella produzione di *fiction* ha il duplice scopo di presentare al pubblico un'ampia offerta di storie originali e di promuovere l'industria italiana dell'audiovisivo, nel rispetto degli obblighi di investimento dettati dalla legge e dal contratto di servizio. Tali norme prevedono tra l'altro che la RAI debba riservare una quota di investimento a opere televisive italiane ed europee realizzate da produttori indipendenti.

Le procedure di selezione e approvazione delle *fiction* vedono al centro del processo la direzione RAI Fiction. RAI Fiction è stata costituita alla fine degli anni novanta per coordinare e rilanciare la produzione di *fiction* italiane. La direzione RAI Fiction, dopo aver acquisito dalle reti i fabbisogni stimati di prodotto e dopo aver ricevuto la corrispondente assegnazione di *budget*, raccoglie sul mercato, in particolare dai produttori indipendenti italiani, proposte e progetti di produzione. I progetti vengono quindi esaminati e valutati professionalmente dalle strutture editoriali di RAI Fiction, composte da circa quaranta professionisti che si occupano di seguire la produzione in tutte le fasi. Su tali basi viene proposto un piano di produzione annuale che deve rispettare una varietà di generi (cioè commedia, poliziesco, costume) e di formati (serialità lunga, miniserie, *tv movie*), in linea con le esigenze della RAI, quindi si compone un *puzzle* costituito dai generi e dalla tipologia. Il valore editoriale dei progetti che devono essere qualitativamente idonei al mandato del servizio pubblico, la necessità di coinvolgere una vasta platea di spettatori e il rispetto del *budget* sono tra gli elementi principali di valutazione scelta per la RAI, che peraltro è abbastanza simile, come procedura, a tutti gli altri grandi servizi pubblici europei. Tutte le ulteriori fasi di sviluppo e produzione dei progetti sono seguiti, sotto il profilo artistico, da RAI Fiction, che affianca il lavoro di produttori indipendenti, sceneggiatori e registi per raggiungere il massimo livello qualitativo.

Il piano di produzione, dopo essere condiviso con le reti e con le strutture centrali di pianificazione di palinsesto, viene presentato al consiglio di amministrazione per l'approvazione. Periodicamente l'avanzamento del piano e gli eventuali aggiornamenti vengono portati nuovamente al consiglio di amministrazione per l'approvazione. Se ci sono varianti significative devono quindi essere riapprovate dal consiglio. Successivamente all'approvazione del piano, la direzione di RAI Fiction avvia la produzione dei singoli

titoli di *fiction*, quando la fase di preparazione è completata, e la direzione risorse televisive, responsabile della negoziazione con le società di produzione indipendenti, definisce gli accordi contrattuali che, previa approvazione delle strutture *fiction*, reti, palinsesto, *marketing*, pianificazione e affari legali, vengono inoltrati alla firma del procuratore aziendale competente.

Parlerei ora dell'intrattenimento. Il processo di acquisizione delle produzioni di intrattenimento prevede che, dopo l'approvazione da parte del consiglio di amministrazione dei piani di produzione e trasmissione e dei relativi palinsesti, e previa approvazione da parte delle competenti funzioni aziendali della scheda proposta prodotto, i canali formulino le richieste di acquisto relative alle singole produzioni alla direzione tecnica competente, che per il settore radiotelevisivo è la direzione risorse televisive. Tale direzione, nei limiti dello stanziamento economico fissato dal singolo canale di volta in volta interessato, negozia con le società di produzione e predispose la proposta contrattuale che viene presentata all'approvazione del procuratore competente. Anche in questo caso, il processo è presidiato dalla direzione affari legali e societari e della direzione finanza e pianificazione, per i rispettivi profili di competenza.

Per quanto concerne RAI Cinema, illustro ora le modalità operative per l'acquisto del prodotto audiovisivo. RAI Cinema sviluppa la propria politica di acquisto sulla base di fabbisogni di prodotto quantitativi-qualitativi evidenziati dalla capogruppo. L'attività di acquisto si basa su rigorose modalità e procedure interne che prevedono e garantiscono la ripartizione dei ruoli tra le strutture che negoziano, quelle che autorizzano e quelle che formalizzano gli accordi, nonché meccanismi interni di costante verifica e controllo. In sintesi, l'acquisizione può avvenire con le seguenti modalità: indicazione diretta del prodotto da acquisire da parte RAI; proposta di acquisto da parte di RAI Cinema a RAI; operazioni acquisitive di RAI Cinema svolte in condivisione con RAI, con

fornitori strategici relativi a prestigiose *library*, nazionali e internazionali; prodotti individuati nei grandi accordi con le *major* americane, ecc. Per esempio, spesso abbiamo accordi con Disney o con CBS di lungo periodo, con cui ci riforniamo di prodotti.

Credo che si sia mostrato interesse anche per le logiche produttive, quindi con che criterio la RAI producesse o partecipasse alla produzione di film. Per quanto riguarda questi investimenti, vengono realizzati da RAI Cinema nel rispetto delle quote di investimento previste dalla legge e degli obblighi nascenti dal contratto di servizio con RAI, sulla base di meccanismi di valutazione di tipo editoriale, tecnico e commerciale pensati nell'ottica di coniugare qualità e mercato, sempre nell'osservanza di rigorose procedure interne che distinguono ruoli e competenze e che assicurano meccanismi costanti di verifica e controllo.

Tali modelli di investimento si sostanziano, nella quasi totalità dei casi, in operazioni pre-acquisitive di quote minoritarie dei film, in cui RAI Cinema figura pertanto come una tra le possibili fonti di finanziamento della produzione. Le altre sono tipicamente i contributi statali, la Film Commission, *tax credit* esterna, eccetera. Questi modelli appaiono come più congeniali a soddisfare la *mission* generale di sostegno ai produttori indipendenti e all'industria culturale in genere, sempre nel rispetto delle rigorose procedure interne volte a garantire la separazione dei ruoli e i necessari meccanismi interni di controllo. Ovviamente lo stesso vale per quanto riguarda i documentari. Le attività di riprese, sia pesanti sia leggere, e quelle di post-produzione, rientrano nelle tipologie appartenenti al settore radiotelevisivo, inquadrabili pertanto nella fattispecie prevista dall'articolo 19 del decreto legislativo n. 163 del 2006. Ne discende che trovano applicazione i principi relativi ai contratti di settori esclusi, di cui all'articolo 27 del citato decreto n. 163 del 2006.

L'individuazione del fornitore può essere effettuata con negoziazione diretta verso un unico operatore, per i servizi di

singolo importo inferiore a 40 mila euro, oltre ai casi cosiddetti di « infungibilità ». Sopra tale soglia, recepita dall'articolo 125 del codice, devono essere effettuate procedure selettive con invito ad almeno cinque concorrenti, ove compatibili con l'oggetto del contratto. Per ragioni di opportunità, al fine di favorire il principio di concorrenza tra più fornitori, la trattativa diretta con un unico operatore, pur essendo consentita fino a 40 mila euro, è stata mantenuta a un massimo di 20 mila euro.

Pertanto, nel rispetto dei principi del codice e delle esigenze di informazione radiotelevisiva, è stata adottata una politica di ricorso al mercato secondo le linee guida che vi elenco di seguito: criteri di assegnazione per riprese pesanti (pullman di ripresa e collegamenti mobili via satellite, per intenderci). Per importi inferiori a 20 mila euro si procede, ove possibile, con la negoziazione plurima, tenendo conto della qualità delle attività e della disponibilità. Per importi superiori a 20 mila euro si procede con procedure selettive ristrette, con invito rivolto ad almeno cinque fornitori. Per quanto riguarda i criteri di assegnazione per riprese esterne leggere, quindi *troupe* ENG per le *news* e *troupe* ENG per produzioni, reti e canali: per importi inferiori a 5 mila euro si procede a trattativa diretta, tenendo conto della località dell'attività, della disponibilità e della configurazione, con rotazione dei fornitori; per importi superiori a 5 mila euro e inferiori a 20 mila si procede con negoziazione plurima; per importi superiori a 20 mila euro si procede con procedure selettive ristrette, con invito rivolto ad almeno cinque fornitori.

Negli ultimi mesi sono state sperimentalmente attivate, su questo fattore produttivo, delle convenzioni annuali per la regione Lombardia e per la regione Campania, attraverso una procedura selettiva ristretta ma a valle di un'indagine di mercato e il coinvolgimento del massimo numero possibile di fornitori, consentendo anche la partecipazione ad associazioni temporanee di imprese o di consorzi. L'esito di tali procedure ha permesso di

standardizzare le prestazioni ottimizzando le richieste e contenendo in maniera significativa i costi.

Per quanto riguarda le riprese esterne leggere, è bene precisare che la tempistica per soddisfare le richieste di ripresa è quasi sempre molto ridotta, nascendo da esigenze spesso cosiddette *last minute*, e quindi difficilmente pianificabili in anticipo. Oggi gli affidamenti vengono garantiti dalle strutture acquisti preposte, a differenza di quanto avveniva fino all'inizio dello scorso anno, quando parte degli affidamenti veniva gestita in autonomia dalle redazioni dei TG, che agivano solo ed esclusivamente per garantire la messa in onda del servizio.

Criteri di assegnazione per attività di post-produzione (montaggio, grafica, lavorazione audio e video): per importi inferiori a 20 mila euro si procede con la negoziazione plurima, tenendo conto delle configurazioni richieste dal programma, con rotazione dei fornitori; per importi superiori a 20 mila euro, si procede con procedura selettiva ristretta e con invito rivolto ad almeno cinque fornitori, allocando, dopo una scelta di *make or buy*, tutte le esigenze di un programma. Ciò è dovuto al fatto che in genere si utilizzano i materiali girati per tutta la durata del programma.

Nel caso delle procedure selettive ristrette, si adotta sempre il criterio di aggiudicazione al prezzo più basso, ferma restando la verifica del possesso dei requisiti tecnici definiti nel capitolato dei requisiti di legge.

È stato recentemente messo a punto anche un sistema sperimentale informatico per la migliore gestione delle rotazioni ai fornitori. A valle delle summenzionate sperimentazioni di convenzioni di cui parlavo prima per le *troupe* REL in Campania e Lombardia, si sta predisponendo una diffusione di tale approccio anche con maggior pubblicità per disporre, sotto regime di convenzione, auspicabilmente pluriennale, il maggior numero di fattori produttivi per tutto il territorio nazionale.

Vi riferisco qualche numero sui fatturati di questi settori. Riprese esterne pe-

santi: 11,5 milioni nel 2010, 9,2 milioni nel 2011, 8,4 milioni nel 2012, quindi stiamo scendendo e stiamo cercando di utilizzare di più *troupe* interne. Riprese esterne leggere: 31,7 milioni nel 2010, 31,4 nel 2011, 29,1 nel 2012. Post-produzione: 22,9 milioni nel 2010, 23,9 nel 2011, 19,4 nel 2012. Quindi, il totale è 66 milioni nel 2010, 64,5 nel 2011, 57 nel 2012.

L'elenco completo degli ultimi dieci anni di finanziamenti assegnati da RAI Cinema a RAI Fiction è in elaborazione e lo forniremo appena possibile.

Spero di aver risposto. La sua domanda è molto vasta e significativa.

FRANCESCO SCALIA. Presidente, è possibile avere copia di questi dati?

PRESIDENTE. Certamente.

ALBERTO AIROLA. La ringrazio molto, direttore. La domanda era dettagliata perché esclusivamente attraverso l'analisi dettagliata di questi dati possiamo capire se, dove e come si può migliorare la funzionalità aziendale. Sia in relazione alle riprese leggere ENG, REL e la post-produzione, avevamo richiesto l'albo dei fornitori proprio per verificare la ripartizione degli appalti. Pur consapevoli della vastità del materiale richiesto, chiederemmo, se fosse possibile, di consultare direttamente i documenti originali. Non voglio chiedervi di fornire chissà quanto materiale.

In relazione a *fiction* e cinema avevamo richiesto — sebbene abbiamo accolto il suggerimento di estendere dal 2003 al 2013 la richiesta del materiale — una documentazione dettagliata delle *fiction* anche relativa solo al 2012-2013. Per poter analizzare con più facilità l'ampiezza del materiale, nello specifico avevamo richiesto l'elenco di tutte le opere comprensivo del titolo, del nome della società di produzione beneficiaria del finanziamento, dell'entità del finanziamento e del preventivo dettagliato approvato. Questo ci permetterebbe di fare un riscontro incrociato con i dati in nostro possesso e quindi di verificare i benefici che ha avuto l'azienda

da questi appalti e anche la loro ripartizione, che è molto importante. La ringrazio.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Se il lavoro è ben fatto assumeremo i tecnici che lo svolgono.

SALVATORE MARGIOTTA. Signor presidente, intervengo sull'ordine dei lavori. Vorrei evitare che l'audizione si trasformi in un dibattito. Se lei dà la possibilità a ogni commissario di fare una lunga replica non finiremo né oggi né martedì alle 20.30. A parte la sensatezza o meno delle richieste avanzate dal collega, che certamente sono importanti, richiedere questa meticolosità in un'audizione di questo tipo mi pare assurdo. Chiederei, quindi, di essere rapidi, in modo tale che il direttore possa rispondere a tutte le domande, altrimenti neanche martedì prossimo esauriremo l'audizione.

PRESIDENTE. Direi che anche solo un minuto per esprimere soddisfazione o meno rispetto a una risposta, senza dover generare un dibattito — nemmeno io sono d'accordo sull'idea di aprire un dibattito in questo momento — potrebbe servire a chiarire immediatamente i contenuti.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Anticiperò le risposte al senatore Bitonci, come mi è stato chiesto. Lei aveva posto due domande, la prima riguardante Isoradio. Isoradio ha sicuramente sofferto un deterioramento negli ultimi anni; poiché svolge un servizio importante, ossia la diffusione di informazioni relative a servizi di pubblica utilità, deve essere rafforzata.

Come ricorderete, ho evidenziato che, a partire da quest'anno, il Ministero delle infrastrutture e dei trasporti ha interrotto la convenzione con RAI relativa a Isoradio, quindi il canale è tutto a carico della RAI. Il piano industriale prevede investimenti per il cosiddetto DAB Plus, che a breve coprirà prima gran parte del nord Italia e poi tutto il Paese. Speriamo di inaugurare presto il servizio su Roma e

provincia. Questo permetterà a Isoradio di recuperare parte della copertura che ha progressivamente perso. Non c'è dubbio che Isoradio debba essere rafforzata e rilanciata e che debba e possa fare molto di più di quanto abbia fatto finora; non siamo ancora soddisfatti di come va Isoradio, quindi vi dedicheremo molto tempo.

Per quanto riguarda il commento sulla distanza dal territorio delle sedi regionali, vorrei replicare che la sede regionale è sul territorio e ha lo scopo di esservi vicina. Lei mi citava un episodio del 2010, il che mi lascia pensare che dal 2010 al 2013 non si siano verificati altri episodi — e questo è positivo — altrimenti mi avrebbe citato episodi più recenti di mancata copertura. In ogni caso, il nostro sforzo sarà quello di assicurarci che siamo e dobbiamo essere sul territorio. Uno dei motivi dell'esistenza della RAI è quello di raccontare cosa avviene nel Paese al Paese, pertanto dovrà essere più vicina. Se ci fossero episodi più recenti — *post* 2010 — ci farebbe piacere conoscerli per poter migliorare. Mi sembra che il senatore Bitonci non avesse sollevato altre domande.

MASSIMO BITONCI. Grazie per la risposta. Le ho citato un esempio particolare, riportandole quanto è successo durante l'alluvione del Veneto del 2010, quando le tv locali hanno svolto esse stesse un servizio pubblico. Il mio era solo un esempio, ma la sua risposta è stata un po' asettica; tuttavia, non sono qui per farle degli appunti, bensì per porre una questione territoriale molto sentita. È giusto che siano le tv locali a svolgere un servizio pubblico o deve farlo la RAI? Oppure dobbiamo vedere se c'è la possibilità che RAI estenda i suoi servizi pubblici territoriali anche attraverso le tv locali? Secondo me, questo è un tema importante e non vorrei che fosse banalizzato rendendo leggero il mio intervento, che invece era molto più profondo. Anche altri componenti della Commissione con cui ho avuto modo di interloquire in questi giorni pensano che la RAI dovrebbe guardare al servizio pubblico anche attraverso il lavoro che già svolgono le tv locali.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Mi dispiace se ha percepito una banalizzazione della sua domanda nella mia risposta, non era quello l'obiettivo.

Lei si riferiva a un episodio, sicuramente importantissimo e gravissimo, che è accaduto alcuni anni fa. Se la domanda è diversa e non si riferisce all'alluvione del Veneto ma al rapporto con le tv locali, credo che abbiamo ruoli differenti: la tv locale tende a occuparsi principalmente della cronaca locale, mentre la RAI cerca di raccontare maggiormente ciò che avviene sul territorio. Sono due ruoli differenti, non opposti ma piuttosto complementari. Sono sicuro che il servizio pubblico sarà comunque vicino al territorio. Se lei vedrà degli episodi nei quali potremmo migliorare sarei contento — sono sicuro che lo farà in ogni caso — se ci desse nuovi stimoli, perché il mio scopo non è quello di rispondere a delle critiche ma di cercare di migliorare prendendo spunto da quello che lei ci dice. Credo che in tutto il territorio le sedi regionali siano estremamente legate al loro territorio, ai loro cittadini, e passino le loro giornate tra i cittadini, raccontando quello che succede. Mi sembra che stiano facendo un buon lavoro, ma cercheremo sicuramente di fare meglio.

Risponderò ora alle domande poste dall'onorevole Marazziti, il quale ha parlato di debolezza del *web* e dell'offerta RAI per l'estero attraverso la *web-tv*. È evidente, così come ho detto anche l'altra volta, che il *web* è stato uno dei punti deboli, ma stiamo recuperando rapidamente e sono convinto che otterremo un buon risultato. L'11 luglio prossimo presenteremo al consiglio di amministrazione un piano *web*; sono soddisfatto di come è stato sviluppato. Rivedremo l'offerta *web* sui nostri portali, valorizzeremo l'offerta di applicazioni — basta vedere il successo che ha avuto l'applicazione per la televisione — definiremo strategie di distribuzione dei contenuti in modalità multiplatforma e ragioneremo sull'opportunità di offrire contenuti *premium*, eventualmente anche in modalità *pay*. Inoltre, stiamo facendo molta sperimentazione: ho citato

già l'altra volta il caso di *Una mamma imperfetta*, che sta avendo un successo superiore alle aspettative. Evidentemente la RAI non ha valorizzato sufficientemente i propri prodotti attraverso il *web* perché ha troppi siti *web*; per questo adesso li stiamo razionalizzando per creare un unico sito *web*. Il meteo, ad esempio, è un tipico servizio *web* che non utilizziamo e non sfruttiamo adeguatamente, pur avendone le competenze. In questo campo mi aspetto dei risultati nel breve periodo, ritenendo che sia una delle aree estremamente importanti da valorizzare, ma che mi dà meno preoccupazione poiché ci sono degli ottimi progetti. Pertanto, il *web* è sicuramente una priorità e condivido lo spunto ricevuto dall'onorevole Marazziti.

Per quanto riguarda, invece, l'operazione citata tra Sky e RAI, si parlava di una cessione di canali tematici nel 2009, che poi non si è realizzata; forse si è persa un'occasione, anche perché ci avrebbe garantito 57 milioni di euro all'anno. In retrospettiva probabilmente condividerei con lei che non si sarebbe dovuto rinunciare a quell'accordo, ma ormai è storia.

Sul secondo punto che ha sollevato, se allude alla nota *digital key* di Sky, che consente di vedere la parte di programmazione criptata, la vicenda è stata sottoposta all'Autorità garante che non ha rilevato profili illeciti. Tuttavia, la sua osservazione è suggestiva; dobbiamo valutarne la correttezza e la legalità, e lo faremo. La ringrazio per lo stimolo che ci ha fornito.

Per quanto riguarda la radio — in parte vi ho già accennato nella scorsa audizione — si tratta di un'area di sofferenza caratterizzata da un peggioramento del margine tra i ricavi commerciali e pubblicitari e i costi, nonché da un calo di ascolti e da un deficit tecnologico dovuto a scarsi investimenti. I ricavi nel 2012 si sono attestati a 36 milioni di euro, di cui 5 da convenzioni e 31 da pubblicità, con una riduzione di 11 milioni rispetto all'anno precedente, cioè il 23 per cento. I costi complessivi ammontano a 117 milioni di euro, in riduzione di 2 milioni di euro rispetto al 2011, quindi la forbice si è allargata; la voce più

significativa di costo è rappresentata dal personale, 72 milioni di euro per 170 dipendenti. Gli altri costi riguardano costi esterni, diritti d'autore, doppiaggio, ammortamenti eccetera. Il margine è negativo ed è peggiorato di 19 milioni rispetto al 2011.

È da segnalare che, a differenza della televisione, la radio è gestita interamente senza appalti o acquisti di programmi dall'esterno, è tutto fatto « in casa ».

I dati citati dall'onorevole Marazziti includono ricavi e costi interdirezionali, ovvero costi della radio in cui sono inseriti anche costi e ricavi in comune con altre parti della RAI, come per esempio i costi relativi al doppiaggio e per questo sono leggermente differenti da quelli che ho citato.

Un grosso problema della radio è l'assenza dell'Auditel; infatti, la mancanza dell'Audiradio ha fatto sì che la rilevazione degli ascolti della radio sia come il *far west*. Ci sono delle inchieste statistiche, ma non hanno lo stesso livello di garanzia.

A fronte di quanto detto e a prescindere da dove ci posizionino queste indagini, dovremo necessariamente migliorare.

Rispetto alla questione sollevata della necessità di recuperare il canone e di ridurre l'evasione, condivido pienamente quanto affermato, ma temo che sia un argomento da porre al Governo — e credo che presto ne avrete l'occasione — piuttosto che a noi. Siamo ovviamente a favore del recupero dell'evasione e saremo propositivi in questo senso.

Avrei concluso, se l'onorevole Marazziti è soddisfatto delle mie risposte.

MARIO MARAZZITI. La ringrazio, direttore. Sono sicuramente soddisfatto per alcune delle risposte che mi ha fornito, anche se avrei gradito un discorso più ampio sul canone — è uno stimolo, non una nuova domanda — dato che penso che si debba considerare il problema della discrepanza tra la legge che prevede la raccolta del canone sulla base del possesso del televisore e quanto deliberato dal Ministero dello sviluppo economico, in *Gazzetta ufficiale* dal novembre 2012, che

collega il canone all'offerta di servizio pubblico. Prossimamente questo potrebbe diventare un problema e credo che renderà opportuno un approfondimento che faremo anche col Governo.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Per quanto riguarda le richieste dell'onorevole Pisicchio relativamente all'informazione parlamentare, forse ho già risposto replicando alla domanda dell'onorevole Migliore, ma non so se la risposta ha soddisfatto la sua richiesta.

Lei mi chiedeva anche delucidazioni in merito al piano esodi delle sedi regionali. Forse qualcuno avrà notato che questa mattina è stata annunciata la chiusura dell'ultimo accordo con i sindacati: dopo ADRAI (Associazione dirigenti RAI) e USIGRAI (Unione sindacale giornalisti RAI) anche CGIL, CISL, UIL, UGL e SNATER (Sindacato nazionale autonomo telecomunicazioni radiotelevisioni) hanno firmato l'accordo sul piano esodi, per cui siamo virtualmente certi della chiusura del piano di 600 pensionamenti. L'accordo ha interessato le sedi regionali in maniera significativa, poiché esse sono state aperte negli anni 1978 e 1979 — qualcuno lo ricorderà — in cui furono assunte circa 1000 persone l'anno; questa generazione sta arrivando agli anni della pensione, dunque l'impatto sulle sedi regionali è stato più che proporzionale.

L'intesa con l'USIGRAI e con la Federazione della stampa italiana ha previsto anche l'inserimento di giovani giornalisti che saranno destinati prioritariamente alle sedi regionali. Arriveranno risorse nuove, giovani, e questo rafforzerà le sedi regionali.

Stiamo facendo un discorso molto simile con le organizzazioni di quadri, impiegati e tecnici, quindi gli esodi delle sedi regionali saranno ripristinati con l'ingresso di giovani, sia giornalisti sia tecnici.

Lei ha parlato anche di radio, ma sostanzialmente ho affrontato l'argomento rispondendo all'onorevole Marazziti. Non so se nella sua domanda c'era qualche altro tema che non ho toccato.

PINO PISICCHIO. Aderisco alla « mozione » del senatore Margiotta e non faccio altre domande, altrimenti non ne veniamo fuori. La questione RAI, che lei ha ricordato nella mia domanda, riguardava in modo particolare la difficoltà di Radio 1, ma lei ha dato una risposta globale parlando della difficoltà di tutta la radio. Ci domandiamo pertanto come andrà a finire la storia.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Devo dire che Radio 2 e Radio 3 hanno un'identità più definita e una minor problematicità. Radio 2 ha sviluppato alcuni programmi che hanno una forte riconoscibilità: cito *Caterpillar*, *Un giorno da pecora* o *Il ruggito del coniglio*, solo per nominarne alcuni che hanno anche un forte seguito via *web* (si sono create anche delle *community*).

Radio 3, invece, ha una specifica impronta culturale molto forte. Al contrario, Radio 1 ha bisogno di un posizionamento più preciso sul lato *all-news*.

RAFFAELE RANUCCI. Ha parlato di 176 milioni di costi e 36 di ricavi?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. 176 milioni di costi mi pare eccessivo... Glielo dico in modo preciso.

PRESIDENTE. Aderisce alla « mozione » Margiotta?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Ovviamente vi lasceremo tutti i dati e, come nella scorsa audizione, li invieremo via *mail*.

PRESIDENTE. Tutti i dati saranno naturalmente a disposizione.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Il dato che ho citato sulla radio era di 36 milioni di euro di ricavi e 117 di costi.

PRESIDENTE. Passiamo al secondo ciclo di domande.

SALVATORE MARGIOTTA. Signor direttore, ho ascoltato e apprezzato la sua relazione e le risposte. Proverò a chiederle rapidamente degli approfondimenti su alcune questioni e poi le porrò una domanda nuova.

Abbiamo parlato molto di radio, poiché evidentemente è un tema che sta a cuore a molti commissari, e questo è un fatto positivo. Ho guardato i dati d'ascolto — è vero quel che lei dice, ovvero che non si tratta di dati Auditel, ma ho visto i dati Audiradio e Radio Monitor — dai quali emerge che vi è una lenta e costante perdita di pubblico dei tre canali, più Isoradio, pur rimanendo ancora primi. La radio sembra essere diventata la « cenerentola » di casa RAI, nonostante abbia sempre avuto una *leadership* storica nel settore. Inoltre, vi è una carenza di ricezione piuttosto evidente, soprattutto in molte zone del Mezzogiorno in cui è facilissimo perdere il segnale da un punto all'altro. Lei ne ha parlato, ma vorrei che si soffermasse un po' di più su quali azioni si possono avviare per invertire il *trend* e garantire la fruibilità delle tre reti e di Isoradio.

La seconda questione che le pongo, a cui lei ha fatto cenno ma sulla quale vorrei « stuzzicarla » un po', riguarda i rapporti con Sky. Il gruppo Murdoch fino a qualche anno fa pagava somme notevoli — avevo segnato 50 milioni e lei ha precisato che si trattava di 57 milioni — per ospitare sulla propria piattaforma alcuni canali RAI specializzati. L'allora direttore generale Masi scelse di rinunciare a questo introito. È stata una scelta utile e lungimirante per l'azienda? E soprattutto è una scelta irreversibile o ci si può ripensare?

Riguardo ai canali che sono stati citati prima, gira l'indiscrezione secondo cui ci sarebbe la volontà di chiudere o accorpate alcune reti tv del digitale terrestre; è un'indiscrezione fondata oppure no?

In particolare riscontro che, nonostante alcuni indubbi successi — mi è stato detto oggi e mi smentisca se sbaglio che, ad esempio, al contrario di quanto pensassi, RAI News ha ascolti doppi rispetto all'analogo canale Sky — l'offerta digitale RAI

appare confusa e spesso in rotta di collisione con sé stessa, cosa che non accade con Mediaset. Si potrebbe pensare ad alcuni accorpamenti. La cultura, ad esempio, ha quattro canali che si potrebbero ridurre a due; il cinema è sia su RAI Movie che su RAI 4 e si potrebbe pensare di creare un unico canale dedicato al cinema. Lo stesso discorso vale per lo sport o per l'intrattenimento. Non entro nel merito di come si potrebbero accorpate i canali, ma vorrei capire da lei se c'è un disegno in tal senso, se è un'idea che la direzione generale ritiene utile e sensata o se, invece, ci si muova in altra direzione.

Infine, non da ultimo, anch'io mi devo soffermare sul problema del TGR. In alcune piccole regioni come la mia — sono lucano — il servizio pubblico è rappresentato dal TGR. Se c'è un settore nel quale è evidente che la RAI svolge un servizio pubblico è proprio quello dei telegiornali regionali, che rivestono una grande utilità soprattutto in alcune regioni in cui non c'è molta stampa a occuparsene. I problemi sono tanti. Uno di questi riguarda la diffusione del segnale digitale terrestre. Non è certamente colpa della RAI, ma questo tema va affrontato. In molte parti della mia regione non c'è il digitale e in tutte le zone di confine si prende il canale della regione vicina, Puglia o Calabria, piuttosto che Basilicata. In generale è necessario rafforzare e non marginalizzare l'informazione regionale. Vi sono alcune incongruenze. Ad esempio, l'orario della terza edizione è « ballerino », tanto che, molto spesso, d'inverno il telegiornale regionale inizia dopo mezzanotte, per durare solo pochi minuti; a queste condizioni sarebbe meglio eliminare quell'edizione, perché non ha senso fare dopo mezzanotte un telegiornale della durata di pochi minuti, che non vede più nessuno, perché proprio i fruitori di quel servizio pubblico sono quelli che a mezzanotte già dormono, non sono i giovani e giovanissimi che hanno altri sistemi per informarsi su quel che accade nella propria regione. Un orario migliore renderebbe pertanto più fruibile il telegiornale regionale. Un altro esempio riguarda il settimanale del sabato

mattina alle 12.25 delle reti RAI regionali, che è inutile. Sfido chiunque a sapere quante persone vedano quei programmi. Anche in questo caso, o lo si pone in altri orari oppure è meglio chiuderlo completamente. Al contrario, il servizio mattiniero nella mia regione è molto visto, funziona bene e va rafforzato.

MIRELLA LIUZZI. Buonasera direttore. Uno dei temi cari al gruppo del Movimento 5 Stelle è l'ingerenza dei partiti politici nelle scelte RAI. Mi ha fatto molto piacere che nella scorsa audizione lei abbia parlato di questo e, riguardo alle risorse umane, cito: «i cui progressi di carriera non sono stati determinati per troppi anni da competenze e merito, ma al contrario hanno subito spesso influenze esterne». A me sarebbe piaciuto che lei dicesse con più chiarezza che è stata la politica che spesso ha dettato l'avanzamento di carriera di alcuni impiegati, giornalisti e dirigenti RAI. Per questo le chiedo quali azioni lei abbia intrapreso per bloccare questa sussidiarietà tra potere politico e gestione delle risorse umane in RAI.

Avrei due curiosità sugli investimenti della RAI, che sono piccole «chicche». La prima riguarda una fornitura di metano: il 18 maggio scorso è scaduto un bando pubblico RAI per una fornitura di metano alla stessa RAI per un valore complessivo di 11,7 milioni di euro. Contestualmente in questi giorni stanno andando in onda su alcune emittenti RAI come Radio 2 alcuni *spot* a favore del metano, di cui non è chiaro chi sia il committente. Sarebbe interessante sapere chi sia il committente e se le due vicende siano collegate.

La seconda domanda, anch'essa riguardante gli investimenti, è relativa alle ragioni per le quali il servizio pubblico detenga una partecipazione nella tv di uno Stato straniero come San Marino e nel 2013 vi abbia investito 3,6 milioni di euro.

Vorrei fare anche un piccolo accenno a quello che lei ha detto riguardo alle risorse umane. Il collega Brunetta chiedeva il motivo per cui alcuni stipendi e inquadramenti non siano pubblicati *on line* e lei

ha giustamente risposto che il servizio radiotelevisivo è in concorrenza con altre emittenti commerciali. Credo però che la RAI abbia la funzione di servizio pubblico e da un certo punto di vista potrebbe essere come un'azienda sanitaria; noi paghiamo un canone e, come ha detto il presidente, la RAI viene finanziata per il 60 per cento dal canone dei cittadini. Secondo me la questione andrebbe ripensata.

AUGUSTO MINZOLINI. Avendo molti dati preferisco leggere il mio intervento e in questo modo sarò anche più rapido, altrimenti se continuiamo di questo passo si allungano i tempi.

PRESIDENTE. Lei ha i cinque minuti canonici.

AUGUSTO MINZOLINI. Negli interventi del presidente della RAI Tarantola e del direttore generale Gubitosi, durante la scorsa audizione, ho trovato due modi diversi di svolgere i rispettivi ruoli.

Debbo riconoscere che nell'intervento del presidente Tarantola, probabilmente per gli incarichi ricoperti in precedenza, ho riscontrato le preoccupazioni, le sensibilità, le logiche di un *manager* pubblico. Diverso è il modo in cui si è proposto il direttore generale, a cui manca — mi perdonerò — l'*aplomb* del *manager* pubblico. Non mi è piaciuto il giudizio, a volte spietato, nei confronti della maggior parte dei dirigenti RAI e in altra direzione verso i partiti. Una critica tanto dura quanto, invece, il direttore generale ha dipinto in termini quasi entusiastici i risultati della sua gestione. A riguardo penso francamente che il direttore generale abbia esagerato non poco, sia per quanto riguarda i dati d'ascolto che per la raccolta pubblicitaria, per non dire — ne parlerò dopo — di alcuni aspetti della gestione.

Per parlare di questi temi mi si permetta una premessa. Il direttore generale può dire quello che vuole, ma anche la sua nomina è stata frutto di una determinata stagione politica. Non è un messia venuto dall'alto, né in RAI lo ha portato la cicogna, tanto meno un gladiatore.

Ecco perché quel livore verso i partiti e la politica, che io dico di comodo perché segue la moda del momento, mi sembra eccessivo e, per usare un eufemismo, inellegante. Non entro nel merito di una serie di affermazioni del direttore generale sull'iniezione del carattere di imparzialità che la sua gestione ha portato nel servizio pubblico, poiché il discorso sarebbe troppo lungo, ma mi limito a dire che, al di là della sua vocazione, tutta da verificare, sul tema, la parola chiave del servizio pubblico dovrebbe essere il pluralismo, ovvero la capacità di dare la voce a tutti, a cominciare da quelli che sono presenti in Parlamento: dalla sinistra al centrodestra, al Movimento 5 Stelle, fino ad arrivare a tutte quelle organizzazioni che agiscono nella società. Bisogna garantire a tutti la possibilità di spiegare il proprio punto di vista e di difendersi. Ecco perché i richiami fatti la volta scorsa dall'onorevole Brunetta sono stati quanto mai appropriati.

Arriviamo allo stato dell'azienda. Caro direttore, lei ne ha tracciato un quadro un po' troppo roseo. Partiamo dagli ascolti. Nella sua gestione la situazione non è cambiata granché, semmai è un po' peggiorata. Lei non ha fornito i dati precisi, per cui vale la pena che sia io a fornirli.

Nel primo semestre del 2013 rispetto al primo semestre 2012 la RAI nel suo complesso ha perso lo 0,44 per cento di *share*. In particolare, nel segmento della prima serata, il più importante dal punto di vista pubblicitario, c'è stato un meno 0,69 per cento, quindi più di mezzo punto in meno. Non si tratta di una perdita grave, ma da chi si è presentato qui come il messia della televisione ci si sarebbe aspettato che la cifra fosse preceduta almeno da un più, specie se si tiene conto che il maggior *competitor* della tv generalista, Mediaset, non attraversa un momento felice, visto che le sue reti hanno fatto registrare nell'insieme un calo di ascolti del 2,97 per cento.

Più nello specifico, RAI 1 ha perso, rispetto al primo semestre dell'anno precedente, lo 0,60 per cento; RAI 2 lo 0,59 per cento e RAI 3 lo 0,04 per cento. Sono

aumentati solo i canali speciali, dello 0,79 per cento. Su base annua la situazione non cambia granché: complessivamente i canali RAI hanno perso lo 0,41 per cento.

Tutto questo è accaduto anche per qualche *flop* di troppo. Mi limito a elencare i programmi di prima serata che hanno registrato degli ascolti molto lontani, se non addirittura la metà, dalla media di rete. Su RAI 1 *Altrimenti ci arrabbiamo*, *Red or Black*. *Tutto o niente*, *La terra dei cuochi*, tutti e tre intorno al 14 per cento, cioè un terzo in meno della media di rete. Su RAI 2 *Tutto Dante* ha ottenuto la metà degli ascolti della media di rete; su RAI 3 *La grande storia*, *E se domani*, *Metropoli* e *La guerra dei mondi* hanno fatto registrare la metà della media di rete.

Il direttore ha poi tirato in ballo il TG1. Non so se si riferisse alla mia gestione o a quella del mio successore Maccari quando ha detto che l'attuale gestione del TG1 ha recuperato ascolti e si è imposta nel confronto con il TG5. Ebbene, se paragoniamo i sette mesi della nuova gestione con gli stessi mesi del mio ultimo anno al TG1 emerge che l'edizione attuale del TG1 delle 13 ha perso l'1,64 per cento di *share* e la stessa perdita si è registrata nell'edizione delle 20. Durante la mia gestione la distanza tra il TG1 e il TG5 delle 20 è stata del 4,36 per cento a favore del TG1, mentre con l'attuale gestione è scesa al 3,53 per cento. Se poi andiamo a vedere il numero di vittorie del TG5 sul TG1 in questi sette mesi si riscontra che sono stati dieci mentre, nello stesso periodo, durante la mia gestione se ne riscontra una sola.

Dove sia il successo di pubblico di cui parla il direttore generale non è dato sapere. Naturalmente il direttore generale può contestare questi dati, ma se così facesse gli proporrei un patto tra gentiluomini: se i suoi dati fossero errati, si dovrebbe dimettere da direttore generale; se lo fossero i miei, non tornerei più in Commissione vigilanza.

Passiamo al tema della pubblicità. Se gli ascolti sono quelli di prima, anzi un po' di meno, è difficile che l'introito pubbli-

citario possa aumentare, specialmente in un contesto difficile come l'attuale. Avrei, infatti, visioni meno rosee rispetto a quelle del direttore generale che nel suo intervento ha parlato di una raccolta che dovrebbe attestarsi intorno ai 700 milioni di euro. Penso che andrebbe bene se si arrivasse attorno ai 650 milioni, considerando che c'è anche chi parla di 630 milioni di euro.

Dalla lettura dei dati Nielsen del 2012 si evince che la SIPRA nel periodo gennaio-agosto 2012 ha ottenuto una raccolta pubblicitaria pari al meno 14 per cento rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, in un contesto di totale mercato al meno 15 per cento. La chiusura SIPRA dell'anno 2012 è stata invece attorno al meno 25 per cento con un peggioramento di addirittura dieci punti percentuali, dovuto all'improvviso crollo della raccolta pubblicitaria nel periodo settembre-dicembre 2012 (meno 40 per cento). In quell'ultimo quadrimestre 2012 la RAI ha avuto un peggioramento di circa 100 milioni di euro di raccolta pubblicitaria e ciò in coincidenza con l'avvento del nuovo vertice SIPRA — cioè il dottor Gubitosi e la dottoressa Lei — insediatisi proprio agli inizi del mese di settembre. Il bilancio RAI, anche per colpa di questo peggioramento, ha chiuso il 2012 con un passivo di 245 milioni di euro. La perdita ingiustificata negli ultimi quattro mesi del 2012 dei suddetti 100 milioni di euro di fatturato si sta ripercuotendo inoltre anche sul conto economico dell'anno 2013, in quanto si è partiti da una base più bassa.

Alcuni articoli di giornale hanno segnalato che, a partire dall'autunno 2012, si è verificato un forte e incontrollato innalzamento degli sconti con i quali la SIPRA ha proposto la pubblicità della RAI. Tale fenomeno si è accentuato ulteriormente dal gennaio 2013 con l'arrivo del nuovo direttore generale della concessionaria, il dottor Piscopo, proveniente da Sky. Questo fatto, anche recentemente, viene riportato con sempre maggiore frequenza dalla stampa che parla di svendita degli spazi RAI con sconti intorno al 90 per cento sul valore di listino, di *dumping*, di danni

all'intero settore e in particolar modo alla raccolta pubblicitaria della stampa e addirittura del *web*. La SIPRA fino a quando ha difeso il valore della pubblicità della RAI applicava sconti attorno al 66 per cento — che vuol dire pagare uno *spot* e averne due gratuiti — mentre il nuovo vertice SIPRA, ora RAI Pubblicità, ha aumentato enormemente gli sconti arrivando facilmente a trattative con il 90-95 per cento e oltre; il 90 per cento di sconto significa pagare uno *spot* e averne nove gratuiti, mentre il 95 per cento significa pagare uno *spot* a fronte di 19 gratuiti.

Il nuovo vertice, in pratica, sta attuando una politica commerciale di distruzione del valore della pubblicità della RAI, che per decenni era invece stata difesa in relazione alla sua disponibilità limitata, vedi legge Mammì.

Potrei avere un po' più di spazio ?

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO.
Secondo me no.

LUCA D'ALESSANDRO. Posso rinunciare al mio intervento e dare qualche minuto in più al senatore Minzolini.

PRESIDENTE. Due minuti ancora.

AUGUSTO MINZOLINI. Inoltre, il non difendere il valore del prodotto pubblicitario della RAI sembra aver causato uno svilimento dello stesso, ed è opinione comune che possa essere alla base dei suddetti più recenti pessimi andamenti della raccolta pubblicitaria. Nel periodo di gennaio 2013 si parla di una perdita di circa 70 milioni di euro rispetto a quanto ottenuto nello stesso periodo del 2012. Come si può immaginare un pareggio su base annua della raccolta pubblicitaria 2013 rispetto a quella del 2012 partendo da un *handicap* così alto ?

Alcuni esponenti politici del PD hanno recentemente dichiarato che una previsione verosimile di raccolta pubblicitaria 2013 della SIPRA si aggirerebbe intorno alla cifra di 655 milioni e c'è già chi ipotizza un risultato finale intorno ai 600 milioni. È ovvio che in questo caso il

bilancio 2013 della RAI si aggraverebbe e chiuderebbe con un pesante passivo. Conseguentemente, se queste fossero le vere cifre, il danno si ripercuoterebbe anche sull'esercizio 2014, in quanto anche questa volta si partirebbe da una base più bassa di quanto previsto. Inoltre, è il caso di ricordare che sul bilancio 2014 graveranno anche gli extracosti degli eventi politici. Con queste prospettive la RAI si troverebbe ad affrontare un altro anno, il terzo per la precisione, con un bilancio di fortissime perdite.

Tralascio sia la storia di *Carosello* sia la questione della radio.

Dei tanti argomenti esposti dal direttore generale quello più affascinante è stato quello del ritorno dei concorsi per le assunzioni RAI. È una questione molto interessante; peccato che questa scelta strida non poco con la decisione di assumere una decina di *top manager* dall'esterno, a chiamata diretta, e strida con il fatto che l'azienda ha prepensionato 600 persone.

Ebbene, mi chiedo: il direttore generale non avrebbe potuto avvalersi di risorse interne? Tra tanti dirigenti, è possibile che, in un'azienda di 14.000 dipendenti, non ci fossero dirigenti con le competenze necessarie? Sono stati seguiti i criteri e le procedure peculiari di un'azienda pubblica? Non sono interrogativi campati per aria, visto che due associazioni dei consumatori hanno presentato esposti alla Corte dei conti per verificare se queste scelte abbiano determinato un danno erariale. Lo chiedo al direttore generale e alla presidente che ha autorizzato queste assunzioni, tanto più che — aspetto alquanto singolare della vicenda — i dirigenti assunti con contratti a tempo indeterminato vengono tutti dalle passate esperienze lavorative del direttore generale. Addirittura c'è stata una vera «immigrazione» dalla Wind, un'azienda che — il direttore generale mi permetterà di dirlo — non si occupa di televisione e non è neppure pubblica. Non si capisce quindi dove queste persone abbiano maturato l'esperienza per lavorare in RAI.

PRESIDENTE. Concluda.

AUGUSTO MINZOLINI. Un'ultima cosa. Quando dico che manca l'*aplomb* del *manager* pubblico è perché, secondo me, il direttore generale dovrebbe capire che la RAI non è dei partiti, non è nemmeno di questa Commissione, ma non è neanche la sua.

Chiedo che la Presidenza autorizzi la pubblicazione, in calce al resoconto stenografico della seduta odierna, del testo integrale del mio intervento (*la Presidenza lo consente sulla base dei criteri costantemente seguiti*).

PRESIDENTE. Sicuramente non è di questa Commissione che deve controllare l'applicazione del contratto di servizio.

AUGUSTO MINZOLINI. Infatti è quello che ho detto.

MAURIZIO ROSSI. Signor Presidente, cercherò di rimanere nei tempi, anche se tutti hanno sforato, anche nella scorsa seduta.

Innanzitutto vorrei parlare del futuro di tutta l'informazione. Secondo me, il problema è che stiamo ponendoci in un'ottica sbagliata per diverse ragioni, la prima delle quali è che oggi guardiamo il futuro della RAI e non il futuro dell'informazione.

Sappiamo qual è la crisi drammatica in cui versa tutto il mondo dell'informazione — radio, televisioni, tv locali, giornali — e nei prossimi anni andrà enormemente a peggiorare; non possiamo pensare che ci sarà una ripresa. Il problema è relativo a quello a cui andiamo incontro nei prossimi tre anni. In primo luogo, la Convenzione di Ginevra nel 2015 ripianificherà tutto lo spettro radio frequenziale, determinando se rimarrà o meno tutta la banda a disposizione. Ad oggi, su questo punto, siamo già in una gravissima posizione di infrazione perché disturbiamo Malta — che giustamente ci ha fatto causa — la Corsica, la Francia e la Croazia. Invito pertanto il Governo a presenziare ai tavoli

preparatori del 2015 perché siamo già assenti, come lo eravamo tanti anni fa. Quante frequenze coordinate verranno fuori dal piano di Ginevra 2015?

Il secondo punto che diventa determinante è quello dello scorporo della rete Telecom. Dobbiamo pensare infatti per cosa useremo ancora lo spettro frequenziale e per cosa, invece, useremo la rete nei prossimi 15 anni, ad esempio per un contratto o per una concessione pubblica. Il 4K andrà a finire sul satellite o sulla rete? Se avremo solamente 15 frequenze a disposizione a partire dal 2015 non ci sarà. Nello stesso tempo il DVB-T2 è un sistema che ci consentirà di aprire ulteriormente e di avere più capacità di banda se non si vuole fare il Super 4K.

Il terzo punto riguarda la nuova concessione del servizio pubblico. Noi partiamo dall'assunto che la concessione del servizio pubblico sarà della RAI. Questo è un concetto assolutamente sbagliato. Dobbiamo capire che bisogna cominciare a ragionare con la testa dei cittadini e non con quella della RAI. La RAI ha una sua azienda che decide di fare degli investimenti oggi pur non sapendo se fra tre anni avrà la concessione, così come assume e potrà assumere, pur non sapendo se queste assunzioni saranno coperte dal canone. Questo mette in dubbio che sia la RAI stessa ad aprire un dibattito su quello che dovrà essere il futuro della concessione del servizio pubblico, perché dovrebbe essere un soggetto terzo. Se, ad esempio, oggi paghiamo 120 euro di canone, se lo pagassero tutti, quella sarebbe la cifra per coprire il costo della RAI, ma il cittadino non vuole sapere se deve pagare 120 euro per coprire il costo della RAI. Vuole sapere se il servizio fornito li vale o potrebbe fruirne anche a 30 o a 40 euro. Questo è un punto sul quale dobbiamo assolutamente iniziare a riflettere. Non possiamo pensare di scaricare sul cittadino un servizio pubblico oggi neanche definito esattamente. Innanzitutto, bisogna fornire una definizione di servizio pubblico e quindi capire quanto pagarlo. Potrebbero poi certamente pagarlo tutti, ma molto meno, o si potrebbe decidere che il

servizio pubblico sia fornito da soggetti terzi, appunto, e non solamente dalla RAI, potrebbe essere spaccettato in tanti servizi pubblici e con tante gare che, nell'interesse del cittadino, potrebbero essere forniti nel modo migliore al costo inferiore.

Questi sono alcuni degli aspetti su cui, a mio avviso, dobbiamo riflettere. Chiaramente, la RAI deve difendere la sua azienda, per quello che sarà il servizio pubblico e per l'eventuale situazione di mercato in cui vorrà entrare. Entrerà direttamente, come oggi. In seguito, un solo canale potrebbe diventare di servizio pubblico, senza pubblicità, mentre gli altri due avranno, invece, la pubblicità o saranno venduti. Sono tutti aspetti che sicuramente dobbiamo valutare, ma che rappresentano la composizione del futuro di tutto il sistema dell'informazione italiano, televisione, radio, *web*.

Credo che, teoricamente, da qui al 2016 dovremmo affrontare anche una nuova legge. Tutti questi aspetti che vanno a convergere — lo scorporo della rete Telecom, il piano frequenziale 2015 e la nuova concessione di servizio pubblico — ci fanno pensare che dovrà essere un sistema dell'informazione diverso. D'altronde, da qui fino ad aprile 2016 la strada sarà lunghissima perché in tre anni può succedere veramente di tutto.

Ci siamo, ad esempio, posti il problema della durata della nuova concessione? Una volta era ventennale, partiva dal 1994 e sarebbe arrivata, teoricamente, al 2014, non al 2016. Su questo, ci sarebbe da dibattere, ma in qualche modo si arriverà al 2016. In ogni caso, oggi non è possibile un contratto di 20 anni. Con i cambiamenti in atto nel mondo dell'informazione credo che la durata massima di una concessione possa essere di 5 anni. Qualcuno potrebbe chiedere come regolarsi con gli ammortamenti: risponderci che chi vorrà partecipare a un'eventuale gara per offrire questo servizio potrà fare i suoi conti su come affrontare un problema del genere.

Quanto alle frequenze, avendone pochissime, le prime che andrebbero tagliate — un numero enorme di frequenze — tanto

per non cadere in equivoci, sono proprio quelle del mondo dell'emittenza locale. È evidente, infatti, come lo spettro sia attualmente mal utilizzato. Se si andrà a una nuova concessione per il servizio pubblico, che sia della RAI o che sia, domani, di altri, una frequenza sarà sufficiente. Il Movimento 5 Stelle parlava di una televisione, io dico una frequenza. Un'unica frequenza può contenere talmente tanto, che, obiettivamente, per erogare il servizio pubblico è più che sufficiente. Oggi, la RAI ha addirittura 5 Mux.

Infine, direttore, vorrei sapere se corrisponda al vero che sia in corso una trattativa tra la RAI e *Google* per una cessione dell'archivio e con quali modalità, essendo questo un punto molto delicato.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Non è in corso alcuna trattativa.

FABIO RAMPPELLI. Sarò un po' più disordinato perché, come abbiamo chiarito, la scorsa volta non mi è stato possibile essere presente, per cui ho potuto constatare, leggere e approfondire le relazioni del direttore, che ovviamente saluto e ringrazio, e del presidente soltanto stamattina perché abbiamo avuto dei ritardi anche nella pubblicazione dei verbali.

Mi sono documentato e la prima questione — che ho visto già affrontata diffusamente anche da parte del direttore generale — su cui voglio chiedere conto al direttore Gubitosi, è quella legata alla trasparenza, in particolare legata alla necessità, da parte della RAI in quanto azienda dello Stato, di rispondere alla legge anticorruzione. Su questo, citerò parte dell'articolo 5 e dell'articolo 29 perché ho constatato che ci sono state delle risposte puntuali, ma anche che ci sono ampi margini di miglioramento rispetto a quelle fornite all'impronta dal direttore generale.

Penso che sarebbe proficuo, proprio per migliorare la vicenda legata alla trasparenza, che la RAI si comportasse, in qualche modo, come il Ministero delle politiche agricole, si dotasse cioè di una sorta di regolamento e adottasse, per ren-

dere più trasparenti possibile anche le procedure e i rapporti con i portatori di interessi, una sorta di albo per le *lobby*.

Allo stesso modo, un'altra misura che potrebbe migliorare di gran lunga la situazione della trasparenza è quella di un regolamento per le chiamate dirette, a cui abbiamo potuto collegare anche diversi interventi di colleghi commissari della vigilanza RAI, su cui nubi si addensano. Non mi risulta infatti che siano stati adottati criteri oggettivi e, in quanto tali, comprensibili non solo per il Parlamento, ma soprattutto per i cittadini che il Parlamento rappresenta.

A proposito degli adempimenti della legge anticorruzione, per la legge 6 novembre 2012, n. 190, le pubbliche amministrazioni centrali definiscono, trasformano e trasmettono al Dipartimento della funzione pubblica un piano di prevenzione della corruzione che fornisca una valutazione del diverso livello di esposizione degli uffici a rischio di corruzione e indica gli interventi organizzativi volti a prevenire il medesimo rischio. Inoltre, rimanda a procedure appropriate per selezionare e formare, in collaborazione con la Scuola superiore della pubblica amministrazione, dipendenti chiamati a operare in settori particolarmente esposti alla corruzione, prevedendo negli stessi settori la rotazione di dirigenti e funzionari. Vorrei sapere a che punto siamo con l'applicazione dell'articolo 5 di questa legge.

Secondo l'articolo 29 della legge 190, ogni amministrazione pubblica rende noto, tramite il proprio sito *web* istituzionale, almeno un indirizzo di posta elettronica certificata cui il cittadino possa rivolgersi per trasmettere istanze e ricevere informazioni circa i provvedimenti e i procedimenti amministrativi che lo riguardano. Vorrei capire anche qui a che punto siamo.

Le amministrazioni hanno l'obbligo di rendere accessibile in ogni momento agli interessati, tramite strumenti di identificazione informatica, le informazioni relative ai provvedimenti e ai procedimenti amministrativi che li riguardano, ivi compresi quelli relativi allo stato della proce-

dura, ai relativi tempi e allo specifico ufficio competente in ogni singola fase.

Infine, ultimo articolo che cito per abbreviare i tempi, con riferimento ai procedimenti di cui al comma 16, lettera b), dell'articolo 32, le stazioni appaltanti sono in ogni caso tenute a pubblicare nei propri siti *web* istituzionali la struttura proponente, l'oggetto del bando, l'elenco degli operatori invitati a presentare offerte, l'aggiudicatario, l'importo di aggiudicazione, i tempi di completamento dell'opera, servizio o fornitura, l'importo delle somme liquidate. Mi pare che ci sia materia su cui lavorare.

Ancora, alcuni quesiti accompagnano il lavoro di questa Commissione ormai da tempo, direi da anni, alcuni dei quali sono stati affrontati, ma le cui risposte, a mio avviso, risultano insufficienti. Mi riferisco, in particolare, a domande presentate dall'onorevole Antonione nel dicembre 2012 in un'interpellanza proprio sulla RAI.

Si chiedeva, innanzitutto, quanti fossero i dipendenti RAI suddivisi per categoria, dirigenti, giornalisti, tecnici e altri e quali fossero i loro contratti di lavoro e le loro retribuzioni. In merito, abbiamo ascoltato, però, risposte a mio giudizio insufficienti. Non ritengo, infatti, che possa precludersi ai cittadini il diritto di sapere come sono impiegati i propri soldi, posto che la RAI è un'azienda al 100 per cento pubblica. Si chiedeva, inoltre, quanti fossero i dipendenti RAI distaccati stabilmente all'estero e quali i loro trattamenti economici; quali fossero le disposizioni dei vertici aziendali in ordine ai *benefit* concessi ai dipendenti, in particolare per quel che riguarda l'utilizzo di automobili di servizio, telefoni cellulari, carte di credito aziendali e spese di rappresentanza; quali fossero le determinazioni aziendali per le missioni dei dipendenti RAI in Italia e all'estero, con particolare riferimento alle diarie giornaliera, i rimborsi per le spese di viaggio, vitto, alloggio, categorie di mezzi trasporto e così via; quante siano le sedi degli immobili di proprietà della RAI in Italia e all'estero. In effetti, su quest'ultimo quesito c'è già stata una risposta.

Vengo alle ultime considerazioni, in particolare alla vicenda legata all'applicazione del pluralismo. Anche l'amministratore ha citato il Trattato di Amsterdam sul sistema di radiodiffusione pubblica e tutto quello che ne consegue. Vorrei precisare — ritengo che si debba pretendere chiarezza — che il nostro è un Governo di larghe intese, ampiamente maggioritario, che però, in quanto tale, non prevede l'abolizione dell'opposizione, delle sue funzioni e dei suoi ruoli.

Oggi, sia la ripartizione delle appartenenze delle maggiori testate giornalistiche sia l'organizzazione della presenza delle forze politiche, degli ambienti intellettuali di riferimento nei *talk show* e nelle trasmissioni di intrattenimento, rispondono alla precedente informale ripartizione: sul piano del pluralismo, non ci siamo. Ritengo, direttore, che si debba prendere atto dell'esistenza di una grande coalizione costituita da una serie di partiti, che prima tra loro confliggevano, e di un'opposizione, che deve beneficiare del 50 per cento dello spazio per rappresentare le ragioni su varie questioni e problematiche. È così che si garantisce pluralismo, mettendo a confronto sensibilità, opinioni, programmi, progetti diversi. Non c'è e non può esserci pluralismo senza la definizione dell'oggetto della diversità.

Io rappresento Fratelli d'Italia, letteralmente maltrattata in campagna elettorale dalla RAI e a cui è stato accordato un centesimo dello spazio, pur avendo due gruppi parlamentari, rispetto a partiti e liste che non avevano rappresentanza parlamentare. È notizia di due giorni fa che ancora oggi ci sono testate, RAI 3 in particolare, quindi ampiamente documentabile — cito i sondaggi fatti dai IPR Marketing — che omettono la denominazione Fratelli d'Italia sostituendola con l'espressione «altri di centrodestra», pur citando, ad esempio, Futuro e Libertà con il suo 0,4 per cento.

Vorrei chiedere al direttore come si intenda garantire, nel rispetto del pluralismo dell'informazione, un'adeguata presenza della maggioranza e dell'opposizione nelle sue articolazioni in una visione di-

versa a fronte di un cambiamento degli equilibri e dei rapporti all'interno del Parlamento.

PRESIDENTE. Le ricordo solo, deputato Rampelli, che dal giorno dopo gli interventi del presidente Tarantola e del direttore generale Gubitosi erano già disponibili perché la nostra segreteria lavora in modo molto veloce e professionale. Non erano disponibili *on line* perché, per il resoconto stenografico, come sa, secondo quanto previsto dalle condizioni dell'appalto esterno alla Camera dei deputati, servono 5 giorni. Pubblicare subito *on line* lo stenografico richiedendo la procedura d'urgenza costa il triplo. Tutto qui.

In ogni caso, in generale, la segreteria della Commissione funziona davvero bene per qualsiasi richiesta o la soluzione di qualsiasi problema.

FABIO RAMPELLI. Ho fatto presente che ho avuto difficoltà di accesso non avendo potuto partecipare alla precedente riunione della Commissione di vigilanza. Ho potuto documentarmi soltanto stamattina perché non erano disponibili i verbali degli interventi del presidente e del direttore né quelli dei colleghi.

RAFFAELE RANUCCI. Cercherò di porre domande a gruppi.

La prima riguarda l'identità dei canali, tema che chiaramente si ricollega alla SIPRA e alla pubblicità. Una volta, i canali RAI, per vendere la propria pubblicità, avevano una propria identità: RAI 1 era l'ammiraglia, il grande canale per le famiglie; RAI 2 doveva avere una propensione per i giovani; RAI 3 era il canale dell'informazione. Siccome è molto importante per gli investitori riconoscere delle identità dei canali, vorrei sapere se ritiene che questo lavoro sia stato, è e sarà fatto. Ricordo, benché non sia di certo nella sua responsabilità, che la SIPRA ha perso, dal 2008 al 2012, il 5 per cento del mercato, di un mercato che ha perso soltanto nel 2012 in pubblicità il 15 per cento. Le chiedo se sia una delle forme per recuperare spazio. Ricordo inoltre, bonaria-

mente, all'amico Minzolini che sono consapevole della sua lunghissima carriera in RAI...

PRESIDENTE. Non apriamo il dibattito.

RAFFAELE RANUCCI. Vorrei ricordare che, nei primi quattro mesi della pubblicità, mi sembra che la RAI abbia perso il 16 per cento e Mediaset il 19 per cento. Si può parlare di un recupero di mercato da parte della RAI? Si tratta di un aspetto importante per capire quale sia il posizionamento. I 13 canali digitali sono stati un *plus* per la RAI? Molti investitori hanno avuto la possibilità di investire in spazi non contingentati, come sappiamo tutti. Il problema della pubblicità della RAI è che quando il mercato va bene la RAI guadagna, mentre quando il mercato va male, la RAI perde. Gli spazi pubblicitari, infatti, sono assolutamente contingentati e lo sono giustamente perché c'è la pubblicità.

Tornando a SIPRA, vorrei porle una domanda tecnica. In relazione agli immobili, che pure lei ha citato, quelli di SIPRA sono tornati in pancia alla RAI? Qual è la destinazione a cui pensa per questi immobili?

Inoltre, lei ha parlato, giustamente, di un successo delle *fiction* italiane e di «Montalbano». Credo che sia però una delle poche *fiction* che ha avuto grande successo e promozione all'estero. Credo che un'attività forte di promozione dell'Italia all'estero possa avvenire anche tramite RAI International. Forse dobbiamo reinterpretarla in modo diverso e usare questi canali, come altri, per la promozione turistica del nostro Paese, dei nostri prodotti, del nostro *made in Italy*. Per questo, credo che RAI International debba forse cambiare passo o essere rivista.

Tornando alla radio, lei ci ha fornito il dato di 117 milioni di euro di costi, 36 di ricavi, con una perdita secca di 80 milioni all'anno per la radio. Voglio essere ancora più buono e sostenere che i 36 milioni sono ricavi pubblicitari, aggiungerne altri 36 di canone, con cui arriveremmo a 72: restano 45 milioni di perdita.

A questo proposito, cosa pensa di fare per la radio, per renderla di nuovo competitiva? Pensa a degli accorpamenti o che alla radio, che trovo uno strumento straordinario e fenomenale, sia necessaria una nuova identità sia dei canali sia di missione?

FEDERICO FORNARO. È previsto un orario di chiusura dei lavori?

PRESIDENTE. Le ore 17.30.

MICHELE ANZALDI. Ho preso un appunto: nell'audizione passata, il dottor Gubitosi ha affermato che nel primo trimestre 2013 l'indebitamento finanziario si è dimezzato, passando a 115 milioni dai 235 del 2012, così prefigurando un miglioramento consistente.

Secondo quanto riportato nella prima trimestrale, però, a determinare tale risultato ha contribuito la riscossione, nel marzo 2013, di una prima rata di acconto di 150 milioni di euro di canoni maggiori rispetto al 2012. In sostanza, mi parrebbe siano stati confrontati dati non omogenei. A fine anno, infatti, un minore ammontare delle altre tre rate dei canoni compenserebbe quella di marzo in negativo. La proiezione darebbe quindi, a mio avviso, a fine anno un indebitamento di circa 150 milioni, considerando tra l'altro che anni pari e dispari comportano valori di bilancio diversi per la questione degli eventi sportivi. Chiedo al direttore generale di rendere noto, se possibile, alla Commissione di vigilanza la riprevisione del *budget* 2013 che, essendo ormai luglio, immagino sia già stata elaborata e dovrebbe essere disponibile.

VINCENZO CUOMO. Ovviamente, dopo l'intervento del collega Minzolini e siccome non è stato possibile un confronto sui dati enunciati stasera, mi riservo di verificare alcune questioni in altra occasione.

Mi ha incuriosito un'intervista al direttore Gubitosi pubblicata domenica 30 giugno sul *Corriere della Sera*, e in particolare due punti. Quello che riguarda le assunzioni ci è stato in parte chiarito. Nell'in-

tervista, il direttore cita il concorso per 200 giovani con contratto di apprendistato, a condizione che si trovi un accordo con i sindacati. In merito, vorrei un chiarimento un po' più puntuale in sede di Commissione di vigilanza per capire bene cosa si intenda per accordo con i sindacati e cosa, fondamentalmente, preveda quest'apprendistato. Si tratta di contratti a tempo determinato poi trasformati a tempo indeterminato o è qualcosa di diverso? Eventualmente, questo tipo di formulazione di lavoro dovrebbe essere riferito a quel potenziamento delle sedi regionali?

Sarò velocissimo, Presidente, sul secondo tema, in modo che potrà concedere del tempo ad altri colleghi.

PRESIDENTE. In questo modo, potremo avere un apporto più ampio.

VINCENZO CUOMO. Mi ha molto colpito una sorta di denuncia di sprechi fatta dal direttore in quest'intervista, peraltro richiamata anche nel titolo. In particolare, egli riferisce che, con risorse interne, è stato predisposto uno *spot* per pubblicizzare il canone costato 19.000 euro nel 2013, mentre nell'anno precedente sarebbe costato 326.000 euro. Si parla, addirittura, per il 2006, di 2,5 milioni di euro. È possibile una tale differenza di costi rispetto allo stesso prodotto? Che tipo di prodotto è stato realizzato nel 2012 e qual è la differenza, estrema dal punto di vista economico, rispetto al 2013 anche in termini di qualità del prodotto?

Io vengo dalla Campania e mi pare strano che qualcosa possa costare 19.000 euro nel 2013 e 326.000 nel 2012, a meno che non si tratti di quello che noi campani definiamo un « pezzotto ». Avremmo necessità di capire bene la differenza qualitativa e l'incidenza sul mercato dei due prodotti.

PRESIDENTE. Il « pezzotto » è una sorta di « pacco », una « sola », un trucco.

GERO GRASSI. Interverrò molto brevemente. Direttore, i consiglieri Colombo e

Tobagi non hanno approvato il bilancio astenendosi. Lo avrebbero fatto, da quanto si è letto sui giornali, perché non avrebbero condiviso il metodo di alcune contabilizzazioni di ricavi pubblicitari, in particolare, perché il vertice precedente avrebbe cifrato ricavi pubblicitari per circa 60 milioni di euro di competenza 2012 nel bilancio 2011. Se è vero, come dovrebbe essere perché la RAI non ha mai smentito, non pensate che una società pubblica debba essere molto più rigorosa della normalità in termini di trasparenza ed evitare di coprire operazioni di *maquillage* contabile ancorché legittime?

Mi sia concessa una battuta per una replica non polemica al senatore Minzolini, col quale affronteremo il dibattito in altra sede. In Parlamento, ci sono il centrodestra e il centrosinistra, non il centrodestra e la sinistra. Il senatore commetteva quest'errore anche nella versione precedente.

AUGUSTO MINZOLINI. Sono andato troppo veloce!

GERO GRASSI. Avresti potuto essere veloce sul centrodestra. La polemica è chiusa. Questo è un parere daltonico, ma è un parere.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Risponderò seguendo l'ordine delle domande. A proposito di ricezione e fruibilità, è evidente che dobbiamo fare tutto il possibile per migliorarle in tutte le regioni. Credo che con le frequenze si potesse fare un po' meglio. È chiaro che, arrivando dopo, è sempre facile parlare, ma le frequenze ricevute non ci hanno permesso di ottimizzare dovunque il segnale. Peraltro, è difficile spiegare all'etere che a un certo punto inizia il Piemonte e finisce la Lombardia e viceversa. Ciò premesso, stiamo discutendo un piano con l'AGCOM e con il ministero, su cui magari anche il viceministro Catricalà potrebbe aggiungere qualcosa, per migliorare o ridurre il livello di interferenze. L'AGCOM dunque ci sta avanzando delle proposte con cui dovremmo ridurre il livello di

interferenze da regione a regione, ma è evidente che per noi è estremamente importante un livello di qualità omogeneo in tutto il Paese.

Si parlava anche di Sky. Siamo d'accordo che — credo sia storia — nel 2009 sia stata presa una certa decisione, mentre adesso ormai il mondo è cambiato. Non sono convinto che Sky tornerebbe a quell'accordo. Oltretutto, il contesto è molto diverso. Credo sia inutile tornare a discutere quel tipo di accordi. Anche Sky è interessata invece dal complesso momento del settore televisivo. Questo non significa che non potremo cercare di lavorare insieme su alcuni aspetti.

Per quanto riguarda l'accorpamento dei canali, è stato toccato un punto importante. Non credo che vi procederemo necessariamente, ma è chiaro che deve essere molto distinto. In questo, mi collego anche alla domanda dell'onorevole Ranucci sulla missione del singolo canale.

Oltretutto, parliamo di canali tematici come di un corpo unico, mentre esistono differenti tipologie. Sostanzialmente, possiamo distinguerli in canali « tematici » più tipicamente rivolti al pubblico, con prodotto *movie* e *fiction*, sostanzialmente RAI 4 e Rai Movie, che corrispondono a un blocco abbastanza omogeneo, ma molto diverso nelle proposte.

RAI 4 tende infatti a essere innovativa con serie e film orientati ai più giovani e sta ottenendo un buon successo tra il pubblico, soprattutto tra gli spettatori di 15, 20, 35 anni, dove è giunto anche a un discreto livello di innovazione. Credo che Carlo Freccero l'abbia gestita con molta attenzione, appunto, ai nuovi *trend* e ai nuovi linguaggi, in maniera molto diversa da Rai Movie e Rai Premium, invece più tradizionali.

RAI Premium utilizza quello che possiamo definire il nostro parco *fiction*, repliche di *fiction* e qualche film. Tuttavia, i film di RAI 4 e Rai Movie sono molto diversi. Esiste, tra quei canali, la differenza che può esserci tra un film d'azione e un film romantico: si rivolgono a pub-

blici diversi. Questi 3 canali coprono uno spettro che ci permette l'utilizzo del magazzino.

Altri canali sono più tipicamente di servizio pubblico, come RAI 5, RAI Storia e RAI Scuola, il cui obiettivo è la divulgazione. RAI 5 è più culturale e insisteremo molto su questo aspetto; lo scopo degli altri due è molto più divulgativo su storia, arte e materie d'interesse del Ministero dell'istruzione.

Sui due canali di sport, in effetti, esiste il dibattito, se siano troppi e se ne basti uno. Non dimentichiamo i ragazzi, YoYo e Gulp, il primo con un maggiore successo tra i ragazzini.

Direi che, nel loro complesso, questi canali hanno svolto bene la loro missione. Possono svolgerla meglio. Soprattutto, uno dei cantieri su cui stiamo lavorando è, appunto, l'ottimizzazione dell'offerta del palinsesto. Alla fine di questo lavoro, giungeremo alla conclusione di come sarà posizionato ciascun canale.

È stata richiamata anche RAI News 24, che va bene. Anche quella dell'*all-news* è, infatti un'area su cui stiamo puntando. Una delle proposte al consiglio sarà di concentrare il *web* nell'area di RAI News, appunto nell'*all-news*. Direi che gli ascolti sono più alti che per *Sky*, ma in ogni caso siamo contenti del prodotto. Credo che sia cambiata molto negli ultimi tempi e che abbia fatto bene.

Sul TGR potete stare tranquilli: è una delle aree su cui contiamo. «Buongiorno Regione» è una trasmissione di grande successo, molto apprezzata nelle regioni. È stata richiamata l'attenzione sulla Basilicata. A memoria, mi pare sia il Friuli-Venezia Giulia la regione in cui l'ascolto sia più alto. Varia, evidentemente, ma in tante regioni l'ascolto è importante e questo, per noi, è un punto di forza. Credo che continueremo a cercare di far bene sul TGR, come dicevo a un altro collega, sforzandoci di essere più presenti e vicini al territorio.

Sui risultati del TG delle 12.25, chiederei ai colleghi di inviarmi qualche dato di Auditel per sms. Ho l'impressione che

non vada male. Quello della mattina ha sicuramente gli ascolti più importanti, va abbastanza bene.

Spero di aver risposto a tutte le domande senza dimenticare nulla.

SALVATORE MARGIOTTA. Sulla radio, ha limitato la sua risposta solo alla ricezione, mentre chiedevo un ragionamento maggiormente di sistema. Non pretendo, in ogni caso, una lunga discussione.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Alla radio stiamo lavorando. Credevo di averlo già menzionato. Non possiamo essere fermi né soddisfatti della situazione poiché deve recuperare ascolti e conto economico. Il mio parere è che vada risolto, per il sistema Italia, non solo per la RAI, anche il tema della misura degli ascolti in maniera oggettiva.

Questo, infatti, danneggia gli uni e avvantaggia gli altri. Non so chi sia avvantaggiato e chi danneggiato. Ho il sospetto che in questo caso sia la RAI, ma, a prescindere dall'Audiradio, reputerei necessario un lavoro sulla radio, come cercheremo di fare nei prossimi mesi.

Non ho ben compreso la domanda dell'onorevole del Movimento 5 Stelle sul metano. Non la stupirà che io non conosca tutte le gare, per cui mi hanno anche mandato una risposta su questa: la gara del gas è in fase di verifica della documentazione amministrativa aperta nella seduta pubblica del 20 giugno. Una volta completata, sarà convocata la seduta pubblica per l'apertura delle offerte economiche ricevute. La gara è dunque in fase di istruttoria. Se serve maggiore informazione su quella specifica gara, provvederò a farle avere altre notizie.

Se gli *spot* sono genericamente in favore del metano, e non c'è un *brand*. Probabilmente è un consorzio... cercheremo di farglielo sapere.

MIRELLA LIUZZI. Per noi va bene anche ricevere la risposta in seguito.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Dovrebbe essere abbastanza facile farle sapere a breve se abbiamo un committente di *spot* per il metano.

Per quanto riguarda i partiti politici e le azioni possibili, la questione è molto semplice. Se mi è permesso, vorrei collegarmi all'intervento del senatore Minzolini, che a certo punto ha parlato di un mio livore nei loro confronti. L'osservazione mi lascia piuttosto perplesso perché non pensavo di aver mai espresso livore, tra l'altro un sentimento che mi piace pensare non mi appartenga.

Forse, potremmo essere in disaccordo lei e io, non il senatore Minzolini e io, sul fatto che i partiti politici siano molto importanti. La politica fa parte della vita del cittadino. Può estrinsecarsi in differenti maniere e in maniera differente — la prevengo — anche voi fate politica. Sarebbe ingenuo sostenere che non debba esistere la politica. Ho simpatia e stima nei confronti di molte persone che lavorano in partiti politici.

Il punto su cui, probabilmente, siamo in disaccordo il senatore Minzolini e io e forse più in accordo lei e io è che, se il partito o l'esponente politico mi parla di quello che potrebbe essere il bene del Paese in termini di messaggi, linee editoriali, grandi temi culturali, iniziative a favore della singola regione o del terremoto o della cultura, a me fa piacere ascoltare e incontro senza problemi gli esponenti dei partiti politici. Trovo spesso molto utile e stimolante lo scambio di opinioni. Forse, con l'eccezione di Beppe Grillo, ho incontrato più o meno tutti i *leader* anche nel corso di precedenti carriere. Il punto su cui siamo contrari è quello per cui, semmai ci fosse il tentativo di imporre una nomina, un programma, un appalto, un affare, finirebbe il servizio pubblico. Non io, ma qualunque *manager* di un'azienda pubblica, avrebbe, a mio avviso, il dovere di dire di no, accettando di spostarsi, ma non di piegarsi. Questo è forse il caso in cui la pensiamo in modo diverso.

Credo che dobbiamo la massima deferenza e rispetto ai partiti politici ma, per il bene degli stessi, dobbiamo sapere quando è il caso di dire di no. Si chiede quali azioni io intenda intraprendere: intendendo comportarmi come sono stato abi-

tuato a fare nei miei primi 52 anni, continuando per i prossimi 52 ... C'è chi è arrivato più lontano. Io mi fermo a 104.

Esiste un accordo tra l'Italia e San Marino e una proficua collaborazione tra la RAI e San Marino, ma credo che non dipenda tanto da noi avere iniziato, quanto da un accordo tra i due Governi. Si tratta, dunque più di un tema del Governo che non della RAI. Mi hanno anche mandato un appunto, per cui le dirò esattamente da cosa è regolato: su San Marino, un accordo tra Stati prevede 3 milioni annui a carico del Governo; l'ammontare è erogato dal Governo a RAI e da RAI a San Marino. In realtà, si tratta di un accordo tra il Governo italiano e San Marino, in cui noi svolgiamo, in qualche modo, il ruolo di consulente tecnico.

PAOLO BONAIUTI. È la Presidenza del Consiglio a mettere a disposizione le risorse.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Sì, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Siamo anche presenti in Euronews con una piccola quota, su cui pure stiamo ragionando.

Quanto alla trasparenza, tema a mio avviso importante per il 2016, credo che ci sia da capire cosa sia la RAI da certi punti di vista. Lei la assimilava, per certi aspetti, a una ASL. A me piacerebbe pensare che siamo più simili a un'azienda. Competiamo tutti i giorni e dobbiamo essere ancora più competitivi. A mio giudizio, rispetto a un'ASL, abbiamo gli stessi obblighi di trasparenza sugli appalti, dobbiamo seguire le regole e così via, ma dobbiamo essere un'azienda, considerarci come tali e competitivi, ricordando ogni giorno che la quota di mercato, gli ascolti, come ricordava il senatore Minzolini, non sono mai garantiti e che bisogna continuamente riguadagnarseli. A me piace quindi pensare che la RAI diventerà, per gli aspetti gestionali, sempre più un'azienda simile a quella privata, come, ovviamente, per lo spirito di servizio pubblico e per il rispetto di certe regole, assolutamente pubblica.

Passerei alle domande del senatore Minzolini. Sull'*aplomb*, non ho commenti. Ognuno giudica il suo. L'importante è che mia moglie sia soddisfatta del mio. Non so cosa sia quello di un *manager* del servizio pubblico. Se è quello di un *manager* che ogni tanto si piega, sono contento di mantenere quello da privato; se, invece, è quello di un *manager* che rispetta il pubblico, spero di guadagnarlo nel caso non l'avessi ancora.

La mia nomina è avvenuta in maniera politica se ci si riferisce al fatto che è stato un Governo a nominarmi. È stata una procedura abbastanza inusuale. Il 7 giugno dell'anno scorso, mi ha telefonato il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, comunicandomi che il Presidente del Consiglio voleva parlarci, e in seguito il Presidente del Consiglio, il quale mi ha detto che, benché non ci conosciamo, gli parlavano bene di me e che avrei avuto l'opportunità di fare qualcosa per il mio Paese. Dati i termini, gli ho detto di sì. È e sarà, quindi, sicuramente una nomina politica, nel senso che proviene dal Presidente del Consiglio. Non credo che scherzasse quando parlava di fare qualcosa per il bene del Paese. Credo che lo intendesse come tale. Sicuramente, così l'ho intesa io. Altro è considerarmi il messia. Essendo anche cattolico, preferisco scherzare coi fanti e utilizzare altri termini.

Ho già risposto sull'assoluta assenza, da parte mia, di livore nei confronti dei partiti per i motivi che ho spiegato.

Quanto al pluralismo, pensavo di avere già risposto. Si tratta di un aspetto fondamentale di qualsiasi servizio pubblico, e quindi anche della RAI, la quale deve essere pluralista e garantire spazi adeguati anche alle forze minori. Ricordiamo però che il pluralismo non deve significare lottizzazione. Una suddivisione col 50 per cento degli spazi alla sinistra e il 50 per cento alla destra non è pluralismo, ma lottizzazione. Dobbiamo, invece, garantire il 100 per cento di obiettività. Il pluralismo connota la missione del servizio pubblico

e sarà la nostra battaglia. Ogni contributo è gradito e guarderemo con attenzione sia alle pagliuzze sia alle travi.

Ricordo al senatore Minzolini che la multa più alta ricevuta dalla RAI per infrazioni al pluralismo ha riguardato il TG 1 negli anni scorsi, sotto la sua direzione. Parliamo di una multa di 350.000 euro. Da questo punto di vista, siamo migliorati. Il TG 1 non ha più ricevuto multe sul pluralismo. Non vorrei « gufare », ma finora sta andando bene.

È compito della RAI garantire un'informazione obiettiva, completa e imparziale, come ha scritto la Corte costituzionale nel riflettere il dibattito tra i diversi orientamenti politici che si confrontano nel Paese. Laddove emergessero dati di squilibrio, interverremo per riportarci a una situazione di equilibrio.

L'Osservatorio di Pavia, che ricevete, ha comunicato, per il periodo dal settembre 2012 al giugno 2013, che i dati sul pluralismo mostrano un sostanziale equilibrio tra i partiti maggiori. Anche per quanto riguarda i programmi di informazioni di rete, il pluralismo è sostanzialmente rispettato.

Sicuramente, non è perfetto ed è senza dubbio perfezionabile. Anche sui recenti esposti ho chiesto una relazione molto precisa: vi risponderemo. Dobbiamo rispettare e dobbiamo far sì che tutti i conduttori rispettino. Vi ho citato la scorsa volta una frase sul pluralismo che sarà inserita nei contratti dei conduttori: il mancato rispetto del pluralismo potrà portare anche all'eventuale interruzione del rapporto con alcuni.

Ciò premesso, come dicevo, va valutato con attenzione cosa sia il pluralismo, che deve difendere tutti gli schieramenti, anche le forze minori, che magari, come faceva giustamente notare il senatore Rampelli, hanno meno opportunità, ma va gestito con intelligenza, obiettività. Con una battuta riuscirò anche a rendere omaggio a un'italiana importante recentemente scomparsa, la grande figura di Margherita Hack: se l'avessimo invitata a Bal-

larò, non avremmo certo potuto «contarla» tra gli esponenti di sinistra! È avvenuto anche questo.

Non volevo aprire un dibattito, ma solo citare un esempio per cercare di spiegare il concetto di pluralismo. Non saprei in quale schieramento, che forse è cambiato, far rientrare Pirandello, ma bisogna porre attenzione. Non sto sostenendo che non si siano verificati degli squilibri. Se è accaduto, rimedieremo e porremo molta più attenzione. Trovo utili questi stimoli perché ci spingono a porvi ancora maggiore attenzione.

Lei, senatore, ha parlato della pubblicità: come ha ricordato un suo collega successivamente, da alcuni anni la SIPRA non andava bene. Parlandone da vivi, come si direbbe a Napoli, francamente il *management* della SIPRA non si è rivelato all'altezza, tant'è vero che è stato cambiato. Vedremo come sarà il prossimo.

Nel frattempo, credo che certe reazioni che leggiamo sulla stampa indichino che, in qualche modo, la SIPRA si nota un po' di più e sta facendo meglio nel mercato. Magari è solo fortuna, ma maggio è stato il primo mese in cui siamo tornati intorno allo zero rispetto all'anno precedente in tema di raccolta televisiva; è più complicato leggere il mese di giugno a causa dei campionati europei dell'anno scorso. Se però li escludessimo, il risultato sarebbe incoraggiante. Luglio non sembra partito male.

Credo che, nel suo complesso, il mercato si stia riprendendo. Adesso, mi interessa poco sapere se facciamo meglio di Mediaset o meno. Francamente, mi fa piacere il fatto stesso che si dica che stiamo competendo con chi è sempre stato più bravo sul mercato pubblicitario. Negli ultimi anni, le abbiamo sempre prese. Trovo positivo provare a non limitarci a prenderle. Ciò premesso, il mercato va gestito in maniera intelligente e non si difende con gli sconti, col prezzo.

«Carosello» è un magnifico esempio di un prodotto realizzato diversificando e non con il prezzo. Non si vende il mercato un tanto al GRP, ma in termini di impaginazione, di qualità del programma. Per

«Sanremo», abbiamo usato gli sponsor, non le telepromozioni. Questi sono esempi di innovazione.

Canale 5 ha lanciato un nuovo prodotto, interessante, buono. Fanno bene a farlo. Stanno seguendo noi nell'innovazione, ma mi fa piacere perché, più si diversifica il mercato, più tutti ne approfittiamo. Finché venderemo al chilo, al GRP, non andrà bene, ma non siamo stati noi ad aggredire; al contrario, abbiamo perso delle occasioni per mantenere attento il nostro listino.

Sui listini, come probabilmente sa, o forse no da alcune affermazioni fatte, conta il prezzo netto, non il listino, che non paga più nessuno.

Il senatore Minzolini citava anche alcuni *flop*, tra cui «Dante» e «La Grande Storia». Io sono orgoglioso di questi *flop*. Dobbiamo realizzare anche programmi di servizio pubblico. Da un programma sul dibattito costituzionale, di cui si parlava precedentemente, non ci aspettiamo grande *audience*. Dobbiamo essere realistici. Faremo più di 0, ma 2, 3, 4, 5. Bisogna essere realistici e procedere ugualmente. Questo è il servizio pubblico e questi sono i programmi che dobbiamo proporre. Fortunatamente, riusciamo anche a realizzare dei programmi che abbiano qualità e ascolti.

Lei ha citato Benigni, che ha ottenuto il 50 per cento sulla Costituzione: abbiamo fatto ascoltare a metà del Paese la Costituzione e a fine anno ci sarà ancora, Benigni, con un tema che svilupperà prossimamente. «Dante» ha ottenuto degli ascolti inferiori alle aspettative. Probabilmente, in prima serata è stato ambizioso. Ricordiamo però che conta anche il numero di spettatori. Ottenere il 72 per cento di *share* alle 4 di notte è perfettamente inutile. A noi fa piacere che qualcuno veda «Dante», si tratta evidentemente di una promozione culturale e questo va molto bene. Tra l'altro, uno degli aspetti interessanti è che «Dante» si è ripagato con la pubblicità: a molti inserzionisti ha fatto piacere associare il proprio nome a un programma su Dante e a Benigni.

Francamente, come della « Grande Storia » di RAI 3, credo che dovremmo essere fieri di queste operazioni e che proprio in questo dovremo distinguerci dalle TV commerciali. Certo, se avessimo proposto uno *show* musicale invece della serata per don Puglisi da Palermo, forse avremmo ottenuto più *audience*, ma è andata comunque bene e credo che la RAI continuerà a offrire questo genere di prodotti, così come continuerà a proporre musica seria. Dobbiamo riuscire a trovare un bilanciamento, che è sempre complesso, tra il « serio » e il « faceto », cercare di diffondere e divulgare, non offrire solo prodotti per gli addetti ai lavori. Si tratta di un dibattito vecchio come la RAI. Forse ho citato anche in un'intervista un filmato del 1968 in cui Bernabei riuniva gli intellettuali italiani per discutere il rapporto tra RAI e cultura. Cercheremo di farlo sempre di più anche noi.

Quanto al TG 1, parlando di Maccari, la scorsa volta, non volevo toccare code di paglia, volevo lasciare la coda intatta. A me piacciono molto gli attuali dati del TG 1. Non ho guardato i suoi: li guarderò. Posso dire che a me, francamente, questo TG 1 piace di più, ma ognuno ha i suoi gusti.

Per quanto riguarda la pubblicità, non ricordo di aver fornito dati durante lo scorso incontro, ma in questo momento, per essere sempre trasparenti con voi, posso dirvi che l'aspettativa pubblicitaria per l'anno dovrebbe essere compresa tra i 685 e i 675 milioni. Nel piano è sempre stato 685. Rispetto all'anno scorso, sta scendendo, ma è sceso tutto il mercato. Qualche esponente del PdL ha parlato di 630, lei diceva: se qualcuno ha stime migliori delle nostre, ce le fornisca, ci aiuterà. Vedremo alla fine dell'anno. Questo vorrebbe dire, per inciso, che ci aspettiamo che nella seconda parte dell'anno il mercato rimanga sostanzialmente stabile. Caduto quindi nel primo trimestre, caduto molto meno nel secondo, dovrebbe essere intorno alla pari per poter ottenere i nostri risultati.

Devo una risposta importante — chiedo scusa se prendo un po' di tempo — ma il

senatore Minzolini ha parlato delle nomine. Ho affrontato il tema nel corso dell'ultimo incontro. Vorrei procedere, una volta per tutte, nomina per nomina per spiegare i criteri. Oltretutto, ogni tanto certe questioni nascono al nostro interno, vi arrivano come sollecitazioni e poi ritornano qui. Risponderò, dunque alla domanda sulle ragioni per cui abbiamo assunto queste persone e su come si concilia questo con l'idea di bandire concorsi esterni.

Nel caso del direttore di finanza e pianificazione, la posizione risultava vacante dal 2004. Inoltre, in passato, tale ruolo, quand'era lo era stato, era stato ricoperto da vicedirettori generali provenienti all'esterno, Francesconi, Cappon, Mengozzi. Manca in RAI una tradizione di eccellenza in merito che sia all'altezza delle migliori tradizioni italiane. D'altra parte, tornando un po' al discorso della ASL, se serve un direttore della finanza, non lo si cerca nella ASL, ma in un'azienda privata; siccome nessun candidato interno era risultato in possesso di una visione complessiva su materie quali quella amministrativa, contabile, fiscale, finanziaria, immobiliare e di pianificazione, si è ritenuto di procedere con l'assunzione del dottor Rossotto, proveniente dall'esterno, dalla FIAT, dove sanno trattare questi aspetti per tradizione.

Il responsabile della comunicazione, Guido Paglia, è andato in pensione. Anche in questo caso, è stata effettuata una verifica su figure interne, ma senza successo. Qualcuno ha anche obiettato che non fosse possibile che, di tutti quei giornalisti, nessuno potesse ricoprire il ruolo di direttore comunicazione e relazioni esterne. In questo modo, si confonde in maniera grossolana, a mio avviso, il mestiere di giornalista con quello di comunicatore aziendale, un mestiere specifico, che necessita di un'appropriata esperienza.

PAOLO BONAIUTI. Non si deve però escludere che sia un giornalista.

LUGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Assolutamente no. Possono es-

serci giornalisti che lo fanno molto bene, ma questo non implica che si faccia comunicazione d'azienda. Bisogna avere maturato un'esperienza.

La comunicazione d'impresa richiede consolidate competenze relazionali altamente specialistiche, finalizzate alla promozione dell'immagine aziendale e al consolidamento della sua percezione presso l'opinione pubblica. La persona prescelta, Costanza Esclapon, ha svolto importanti esperienze in Intesa, ENEL, Wind, Alitalia, e gode di uno *standing* elevato nella comunità professionale. L'esempio del risparmio che ci ha fatto ottenere sugli *spot* — confermo i numeri, che mi hanno rimandato — basterebbe da solo a far capire che non c'è stato un gran danno erariale, ma al limite un risparmio.

Per quanto riguarda i casi, invece, di avvicendamenti, già prima di entrare, mentre discutevamo con la dottoressa Tarantola, ci siamo detti che due figure che tipicamente si avvicendano, quando si entra in un'azienda e si vuole capire qualcosa, sono il responsabile della finanza e il responsabile *internal auditing*. Il primo non c'era; l'altro esercitava la funzione da 12 anni, e quindi, a prescindere assolutamente dal giudizio sulla persona, che neanche conoscevamo, si rendeva opportuno un criterio di discontinuità, consolidato in tutte le grandi organizzazioni e imprese. Avviene lo stesso anche nell'Arma dei carabinieri, nella Chiesa cattolica. Anche i vescovi ruotano. Nelle imprese, questo è assolutamente necessario.

Per il ruolo di responsabile di *internal auditing*, oltre a valutare un candidato di mia diretta conoscenza, che ha ritenuto di non procedere per motivi economici, in considerazione del tetto degli stipendi cui la RAI è assoggettata dal 15 agosto 2012, non da prima, abbiamo esaminato varie candidature selezionate da un cacciatore di teste. È stato selezionato il profilo, da noi ritenuto più adeguato, del dottor Cariola, che proviene da ENI, la quale, per inciso, credo rappresenti la migliore scuola di *auditing* in Italia in questo momento. Il dottor Cariola aveva maturato esperienze in Guardia di finanza e KPMG. Per una

curiosa coincidenza, già in passato, in due casi, la RAI aveva assunto direttore e vicedirettore dell'*audit* dall'ENI.

Non credo che dovrebbe essere discussa la scelta di Piscopo, la persona che gestisce la pubblicità come direttore generale, perché nel luglio 2012 era evidentissimo lo stato di gravissima difficoltà in cui si trovava SIPRA e l'assenza di competenze specifiche nel mondo RAI. Sono state analizzate 27 candidature selezionate da un cacciatore di teste, di cui 7 o 8 non hanno proseguito le conversazioni per i motivi economici cui ho appena accennato. Siamo molto contenti dell'assunzione di Piscopo e i nostri *competitor* meno.

La necessità di cambiare il direttore del TG 1 si è resa necessaria per il permanere, dopo la pensione, di Maccari. A mio avviso, benché io tenga a esprimere molto rispetto per Alberto Maccari, non è sano l'utilizzo di persone che sono andate in pensione. La progettualità declina, la redazione si demotiva nella percezione di un cambiamento imminente. Sono stati esaminati candidati interni ed esterni e si è giunti a una rosa di tre candidati, di cui una interna e due esterni. La scelta è caduta su Orfeo per le caratteristiche personali e professionali. Mi piace constatare che, mentre, a fine 2012, si parlava di un sorpasso del TG 5, il *gap* tra TG 1 e TG 5 è consistentemente e costantemente incrementato a favore del TG 1 e spesso il TG 5 nell'edizione meridiana deve guardarsi anche al TG 2, che in alcuni casi tende a superarlo.

Come per le relazioni esterne, anche il direttore delle relazioni istituzionali fa un mestiere importante e specifico, diverso da quello del giornalista. Valutate diverse persone in RAI, nessuno possedeva le competenze specifiche o i necessari requisiti di imparzialità. Volevamo qualcuno che fosse equidistante da tutti. Nel caso specifico, lo stesso predecessore di Picardi era stato assunto dall'esterno, non avendo riscontrato, nemmeno nella precedente gestione, requisiti adeguati all'interno dell'azienda. Abbiamo ritenuto, quindi, di escludere ex parlamentari in quanto non sarebbero stati percepiti come imparziali.

Il dottor Picardi ha sempre svolto con sana equidistanza dai partiti questa professione e con risultati di successo presso Sky, Wind e Alitalia. Dopo pochi giorni dal suo insediamento ha già gestito con successo situazioni complesse.

Per quanto riguarda la posizione di vicedirettore dello *staff*, si tratta di un ruolo che necessariamente presuppone uno stretto rapporto fiduciario col direttore generale fondato sull'*intuitus fiduciae*. Richiede, inoltre, un qualificato profilo professionale, completo di esperienze maturate in organizzazioni complesse, nello specifico non individuate nell'organizzazione RAI. Per questa ragione, abbiamo proceduto all'assunzione del dottor Pellegrino.

In qualche interrogazione parlamentare, si è affermato che ho portato amici in azienda. Il mio concetto di amicizia forse è differente da quello dell'interrogante. Per me, gli amici sono quelli che si frequentano prima e fuori dal lavoro, prima e dopo gli incarichi. Gli altri sono rapporti esclusivamente professionali.

L'aver avuto una conoscenza o un rapporto lavorativo insieme garantisce la qualità delle persone che si immettono, le loro competenze, la loro integrità professionale, ma non sono amici, sodali o compagni di merende. Quelli, in alcuni casi, erano assunti prima del 17 luglio 2012. Tengo anche a precisare che, una volta concluso il nostro rapporto professionale, sarei onorato se queste persone mi riterranno un amico.

Credo di aver completato le risposte al senatore Minzolini.

PRESIDENTE. Senatore Minzolini, le ricordo che, nel suo intervento precedente, ha detto che avrebbe rinunciato al suo minuto di risposta per avere più tempo. Le faccio notare che sono le 16.55.

AUGUSTO MINZOLINI. Seriamente, come l'altra volta, direi che così perdiamo solo tempo ulteriore.

A mio avviso, c'è un manto di ipocrisia nelle risposte fornite. Citerò solo un esempio. A capo del contenzioso, servizio fon-

damentale nell'ufficio legale RAI, è stato posto un avvocato che si è sempre occupato di crediti e valori immobiliari. C'è un'interpellanza, poi mi risponderà.

Per quanto riguarda invece l'appunto che mi ha fatto, e che ogni tanto emerge, sulla storia dell'AGCOM, le ricordo che in quella settimana ho superato certi limiti perché ho fatto due straordinari sulla vicenda di Bin Laden, quando ha parlato il Ministro degli esteri. C'è un ricorso RAI proprio sulla vicenda, per cui sarei molto attento.

Avevo dimenticato un'ultima questione. L'altra volta, si è citato il mio compenso, laddove il collega Brunetta chiedeva altro: chi ha fornito dati sul mio compenso, anzi la lettera di assunzione del sottoscritto, al pubblico, cioè esattamente a *Dagospia*, un anno fa, è stato il sottoscritto. Parliamo, dunque, di qualcosa che è più pubblico che mai. Probabilmente, la richiesta di Brunetta era altra, non certamente questa. A quella lei non ha risposto.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Non ho volutamente risposto all'interrogazione sull'ufficio legale perché, senatore, trovo che sia stata sbagliata. Lei ha alcune cause con l'azienda e trovo sbagliato attaccare un ufficio legale che potrebbe percepire come intimidazione un'interrogazione parlamentare. Rivolgo a tutti la preghiera di non attaccare i singoli funzionari. In ogni caso, riceverà la risposta.

PRESIDENTE. In nessun modo si può chiedere la parola per questioni personali che non attengano al merito di ciò di cui questa Commissione si occupa giorno per giorno. Non siamo a scuola, come l'onorevole Peluffo ci ha ricordato. Le dico solo che non può mai usare la Commissione per questioni personali.

LUIGI GUBITOSI, direttore generale della RAI. Evidentemente, il dibattito sulle frequenze sarà uno dei temi importanti dei prossimi anni. Non commento sulla rete Telecom perché non mi spetta. Sospetto che lo sviluppo della telefonia con-

tinuerà ad avvenire — lo dico in base a esperienze passate — attraverso il mobile. Sulla banda larga infatti i progressi non sono tali da consentire un superamento della necessità di frequenze. Sarei quindi molto scettico se non ci fosse bisogno di queste frequenze, ma credo che sarà molto più lontano nel tempo di quello che ci si aspetta. Gli operatori telefonici hanno speso già tanto e credo, soprattutto se cambieranno le modalità di *pricing* dell'accesso ai dati, come dovranno fare, e in America si sta facendo — diversamente, si fanno bloccare i circuiti da pochi grandi utenti — che ci sarà necessariamente un fabbisogno di frequenze, ma molto più in là nel tempo, da parte della telefonia. Non credo che avremo un problema prima del 2022-2025.

Il DVB-T2 è uno standard interessante, ma ricordiamo che implica che tutti cambino il televisore perché quelli attuali non lo supportano o ce ne sono pochi: diventa obbligatorio dal 2016. Oggi, lo *stock* di televisori HD è solo circa il 50 per cento: dovranno quindi diventare tutti HD e poi riportarsi di nuovo a DVB-T2. Tecnicamente, credo che sia pronto, ma occorrerà del tempo. È chiaro che dimezzerà la compressione, lo standard della compressione raddoppia, e quindi, a parità di qualità, con una stima un po' grossolana, si occuperà circa metà della banda. È fascinoso, ma resta il problema dello *stock* dei televisori. In un momento di difficoltà economiche, in cui si tagliano i consumi, è chiaro che, in assenza di uno *stock* importante, sarà difficile lanciare il DVB-T2.

Mi ha preoccupato sul canone perché ha citato più volte la cifra di 120 euro, mentre il canone costa 113. Non le chiederò se ha pagato 120 euro o 113!

Sul servizio pubblico, è evidente — se ricordo bene, lei è un concorrente — che abbiamo una visione differente e che da concorrente lei percepisca che dovrebbe essere smembrato e concesso a varie televisioni locali. Noi pensiamo che il servizio pubblico debba essere un tutt'uno. Questo si vedrà col tempo e, ovviamente, sarà il Parlamento, di cui lei è membro,

per cui concorrerà a formarne l'orientamento e a stabilire la modalità preferibile.

Personalmente, penso ancora che possa essere un rinnovo e che sia importante anche che sia lungo, ma lo sostengo al di là del mio interesse. Scado, infatti, il 17 luglio 2015, ma credo che chiunque gestisca un'impresa come la telefonia faccia investimenti a lunghissimo termine. Siamo ad esempio prendendo decisioni in questi giorni sulle Olimpiadi 2016: certamente, non ci rifiuteremo di lavorarci in attesa del rinnovo, anche se potrebbe non arrivare, dopo aver comprato i diritti.

Per quanto riguarda *Google*, lo *status* è il seguente: nel 2008, è stato siglato un accordo RAI non sull'archivio, ma sulla vendita dei programmi, cosiddette *short clip*, cioè degli estratti di programmi, a *Youtube*, che poi è *Google*. Il ricavo della RAI è inferiore al milione di euro, quindi ci siamo dati tempo con *Google* fino a settembre per ridiscutere il contratto. È molto probabile che lo cancelleremo perché la raccolta pubblicitaria che potremo fare direttamente deve certo essere superiore a questo milione, mal contato: in questo momento riceviamo centinaia di migliaia di euro. Non so se ho risposto a tutte le sue domande.

MAURIZIO ROSSI. Preferisco chiarire brevemente la questione della concorrenza. Anzitutto, ho inviato a tutti i commissari una lettera sulle azioni intraprese per cercare di risolvere il nodo del conflitto di interesse. Il problema non è che sia o meno un concorrente. Io guardo dalla parte del cittadino; esistono inoltre le associazioni di categoria. Mi complimento per la nuova associazione di RAI, tra l'altro insieme a *Sky*, a *Mediaset* e all'associazione delle tv locali. Il punto sarà piuttosto assicurarsi che il contratto che si stipulerà non uccida il resto del mercato, ma sia invece un modo per trovare tutte le collaborazioni. La RAI è in una posizione dominante, ma, più che altro, ha il canone. Per questo, mi lego al discorso di Minzolini sulla pubblicità. Una cosa è se un soggetto privato pratica una politica di sconti, ben diversa se la fa un soggetto che

percepisce 1.700.000.000 euro di canone. Questo non può approfittarsi di una determinata posizione, come sta facendo la RAI, almeno da quanto si dice in tutto il mondo della pubblicità, giornali, radio e carta stampata.

Mi auguro che sul disegno della nuova concessione pubblica ci sia una grande collaborazione per individuare il miglior servizio per i cittadini al costo inferiore. La questione non è se si tratti di RAI, dell'associazione delle televisioni locali o di altri soggetti. Ritengo che sul territorio, oggettivamente, come evidenziavano il senatore Bitonci e altri, una teorica collaborazione tra più soggetti, tra cui le televisioni locali, sia assolutamente favorevole per i cittadini e per il servizio erogabile.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Per carità, non volevo attribuire un'accezione negativa al termine « concorrente ».

MAURIZIO ROSSI. Sa quanto sono stato attaccato da USIGRAI per la mia posizione? Lo chiarisco anche per loro. Spero si ravvisi comunque il contributo da parte di chi arriva da 35 anni nel settore. Peraltro, la Commissione è molto ampia.

PRESIDENTE. Una serie di domande sarà posta nel corso dell'audizione del viceministro Catricalà, come mi sembra il caso che sia.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. In relazione alla trasparenza, che evidentemente — ne abbiamo parlato più volte — fa parte delle nostre priorità come la legge anticorruzione, il senatore Rampelli ha citato l'esistenza di *lobby* e il modo in cui dovremmo regolarci con queste. Francamente, non voglio avere a che fare con le *lobby*, per cui non vedo la ragione per cui dovremmo regolare qualcosa con persone con cui non dobbiamo aver rapporti. Non siamo un organo deliberativo. Non mi è chiaro quali sarebbero i rapporti con le *lobby*. Sinceramente, cercheremo di averne meno possibile.

Della legge anticorruzione si applica l'articolo 1, dal comma 15 al comma 33. Il comma 39 non si applica, è stata chiesta conferma anche al Consiglio di Stato. Non si applica dunque interamente, ma solo per alcune parti.

Degli appalti ho parlato a lungo prima: li rispettiamo.

Mi pare di capire che lei abbia chiesto dati su come utilizziamo carte di credito, spese di rappresentanza, auto blu e così via. Posso dirle che, personalmente, non ho la carta di credito aziendale, ma forniremo una risposta.

Per quanto riguarda il personale, numero medio e costo, a fine 2012, ma oggi sono circa 500 in meno, le fornisco un dato al volo: 310 dirigenti e 65,1 milioni di euro. L'altra volta forse non l'abbiamo fornita, ma esiste una tabella con le retribuzioni distribuite per fascia. Possiamo farla avere senza che la riassuma adesso a voce.

Quanto alla presenza di Fratelli d'Italia in televisione, vale quanto spiegato prima, che dobbiamo rispettare il pluralismo, ivi incluso uno spazio adeguato alle forze cosiddette minori. Credo quindi che non possiamo che ammettere, se lei chiede il giusto spazio, che lei ha ragione. Condivido e cercheremo di metterlo in pratica caso per caso.

FABIO RAMPELLI. La ringrazio. Le domande erano queste. Le risposte non sono esaustive, ma almeno le prime due sono sicuramente documentate. Cercherò di capire meglio, soprattutto sul fronte dell'applicazione della legge anticorruzione — non ho documentazione al riguardo — a quali parti è stato chiesto che la RAI ottemperasse, in modo che potremo svolgere comunque la necessaria azione di vigilanza.

Sul tema del pluralismo, la ringrazio per l'apertura e la disponibilità, ma non ho espresso un concetto di lottizzazione, come ho ascoltato in una sua precedente risposta. Ci mancherebbe altro. Il pluralismo in quanto tale è un concetto che evoca la presenza di posizioni diverse.

Occorre quindi, a mio giudizio, introdurre un elemento di riflessione diverso. Oggi, esiste un'articolazione di maggioranza e opposizione diversa rispetto al passato, per cui non si può immaginare che il PD, solo perché diverso dal PdL, vedendo comparire equanimente le due posizioni in campo nei *talk show* o nelle trasmissioni di altro genere, faccia ottemperare al concetto di pluralismo. Dicono le stesse cose. Non si può rimanere legati a schemi ottocenteschi che non esistono più. In questa fase storica, il rispetto del pluralismo significa garantire la possibilità ai cittadini di far conoscere, sui vari provvedimenti della maggioranza e del governo, anche la posizione dell'opposizione. Mi pare che la RAI abbia completamente ignorato questo spartiacque. Penso che si debba lavorare. Diversamente, non ci sarà pluralismo. Non è questione di lottizzazione. Il cittadino vede mancare l'informazione corretta su cui costruirsi un'opinione.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Porremo maggiore attenzione, ma trovo comunque difficile sostenere che PdL e PD siano la stessa cosa. Credo che delle differenze esistano.

Onorevole Ranucci, l'identità dei canali cui ho accennato prima è sicuramente fondamentale per riuscire a segmentare il mercato degli utenti e anche per ricavarne gli utili effetti pubblicitari.

La RAI ha perso, negli ultimi anni, addirittura più dei 5 punti che ha citato. Dipende da quanto si va indietro. Si riscontra un po' di recupero, ma direi che l'importante adesso sarà verificare come va il mercato nel suo complesso. Avremo un approccio molto equilibrato.

I digitali invece stanno crescendo come pubblicità. Lei è del settore, in un certo senso, e sa che sono più profilati. Vanno, quindi, molto bene perché chi vuole un *target* di un certo tipo, lo trova molto bene più a RAI 4 con la pubblicità perché molto profilata sui giovani.

Gli immobili SIPRA, soprattutto quelli non strumentali, sono ancora della SIPRA e saranno messi in vendita, probabilmente,

quest'autunno. Per citarle un esempio, la SIPRA possiede due palazzi utilizzati dalla Corte dei conti o dal tribunale. Essere affittuario del giudice di pace, in via Teulada per la precisione, francamente, non dovrebbe far parte delle missioni. Dovrebbero essere parte dei fondi che recupereremo per rifare gli investimenti negli studi.

Non siamo ancora contenti di come sta andando l'area in cui possiamo far rientrare RAI International. Si può e si deve fare molto di più. Non sarà difficile perché la base di partenza è bassa. Useremo molto questo canale per diffondere la proiezione turistica. Le anticipo anche che stiamo costituendo un nucleo che seguirà l'Expo.

PAOLO BONAIUTI. Fino a poco tempo fa, c'erano i fondi dell'editoria, 25 milioni l'anno per RAI International, per dei risultati discutibili.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Si tratta di 7 milioni.

PAOLO BONAIUTI. Dopo li ho ridotti io, ma siamo partiti da 25. Attualmente, abbiamo ribassato, ma dovete ripensare completamente i programmi di RAI International sull'estero.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Assolutamente sì. Come però forse ricorderà, quando tagliava quei fondi, io ero alla Wind. In ogni caso, lo faremo sicuramente. Adesso sono 7, non sufficienti, ma comunque ci stiamo ripensando. È logico, oltretutto, che sia così perché, evidentemente, deve essere un canale di sviluppo. Faremo molto sul lavoro anche con ICE ed ENIT per sviluppare insieme una piattaforma.

RAFFAELE RANUCCI. Ci ha già risposto, ma ieri ho fatto due conti e la radio perde 40 milioni di euro l'anno mettendocene 36: esiste un piano industriale per la radio?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Non va dimenticato che parte del canone va anche alla radio. Uno dei famosi 12 punti per migliorare la RAI è la radio, alla quale stiamo ponendo attenzione proprio in questi giorni.

L'onorevole Anzaldi mi chiedeva dell'indebitamento. Non so se disponiate già dello stenografico, ma durante lo scorso incontro avevo detto che il debito si è ridotto perché abbiamo incassato la prima *tranche* di 600 milioni di euro. Ho detto anche che a giugno l'indebitamento sarà addirittura sotto i 100 milioni perché abbiamo incassato anche la seconda *tranche*, mi pare al 28 giugno. Stagionalmente il nostro indebitamento si presenta molto basso in questo periodo. Ho anche detto che crescerà nella seconda parte dell'anno per l'effetto della stagionalità negativa — smettiamo di incassare il canone o comunque si riducono in maniera molto significativa i suoi incassi — e perché si manifestano le uscite, ossia sia l'incentivo pagato, ma anche il TFR che queste persone, essendo più anziane e con un TFR significativo, lasciando l'azienda, portano giustamente via. Allo stesso modo, si vedrà anche l'effetto degli investimenti sulla digitalizzazione.

Mi chiedeva se la cifra 550 possa essere considerata giusta: penso di sì. Immagino che l'avrà ricevuta dall'interno, quindi sicuramente sarà un numero giusto. A mio avviso, il debito potrà essere ragionevolmente compreso nel *range* 500-600, come tipicamente stimiamo all'interno, per cui 550 potrebbe essere un numero valido.

Per quanto riguarda la riprevisione, ovviamente la presenteremo al consiglio e, in seguito, ne discuteremo in Commissione vigilanza. Diversamente, commetteremo uno sgarbo istituzionale.

Nell'intervista di domenica, parlavo dell'eventualità del raggiungimento di un accordo con i sindacati, che abbiamo raggiunto stanotte: in quel momento, quindi, era un auspicio, un'esortazione a raggiungere l'accordo. Sostanzialmente, leggeremo il numero preciso delle assunzioni alle uscite che ci saranno. Se sarà confermato il dato delle uscite, come penso,

assumeremo 150 giovani e ci stabilizzeremo a 150 partite IVA. Per la prima volta, in questi accordi, stiamo iniziando ad affrontare il tema delle partite IVA.

Sapete che la RAI ha tre tipologie di contratti: quelli a tempo indeterminato, dipendenti classici; quelli a tempo determinato, che nascono da bacini di precari che, accelerando i tempi, si sta cercando di stabilizzare; negli ultimi anni si è diffuso il fenomeno delle cosiddette partite IVA.

Parte del concorso per i giornalisti sarà anche aperto alle partite IVA, persone che vantano una collaborazione saltuaria con la RAI e non con contratto a tempo determinato. Se qualcuno ha collaborato per un certo numero di anni, gli sarà aperta la possibilità di partecipare al concorso per neogiornalista, come per neoimpiegato, tecnico e così via. Era questo il senso del mio riferimento all'eventualità dell'accordo. L'accordo è stato raggiunto.

VINCENZO CUOMO. L'accordo raggiunto con i sindacati è sul *turnover*.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Sui pensionamenti, sì.

VINCENZO CUOMO. Vanno a potenziare le sedi regionali?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Non solo. Come dicevo, siccome le sedi regionali hanno avuto un più che proporzionale effetto, i primi assunti saranno destinati a quelle, ma non solo. Se la sua domanda è volta a capire se saranno ripristinate, con alcuni nuovi assunti, in tutto o in parte le persone uscite dalle sedi regionali, la risposta è sì.

LUCA D'ALESSANDRO. Vorrei un chiarimento su una questione che non ho compreso bene. Vorrei sapere se il concorso per i giornalisti mirerà all'assunzione di giornalisti praticanti o di giornalisti professionisti.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. La RAI svolgerà due tipi di funzione. Anzitutto, rafforzeremo la

scuola di Perugia, che oggi tiene corsi per neogiornalisti, mentre vogliamo che svolga anche corsi « master ». Oggi cioè si formano i giornalisti solo prima dell'ingresso in azienda, dopodiché non si fa più formazione: deve esserci invece formazione sia di tipo tecnico per le nuove tecnologie — il digitale è solo un esempio, ma è in evoluzione — sia con seminari politici, economici, di carattere internazionale. Deve diventare una scuola a tutti gli affetti e dovremo anche avviare alcune collaborazioni per scuole di tipo tecnico. Quanto all'accordo con la federazione della stampa e l'USIGRAI, questo prevede l'assunzione di un certo numero di persone che verranno da scuole di giornalismo e un concorso interno. In questo caso — si citavano anche le partite IVA — si tratterà di persone che hanno il tesserino dell'ordine dei giornalisti, quindi passaggio di contratto a giornalisti.

LUCA D'ALESSANDRO. Giornalisti pubblicisti o solo professionisti ?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Stiamo stabilendo le regole specifiche del concorso. D'altra parte, un accordo è di venerdì sera, l'altro è di stamattina alle 7.30. I tempi sono stati molto ristretti.

VINCENZO CUOMO. A proposito dello *spot*, c'era una differenza enorme tra i costi delle due realizzazioni. Prima ancora, sinceramente, credo che sarebbe il caso di avere un quadro un po' più preciso sui contratti di apprendistato e tutto quanto andava illustrando al collega. Per esempio, le assunzioni a cui fa riferimento dalle scuole di giornalismo avvengono con concorso ?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Da Perugia il concorso è in ingresso.

VINCENZO CUOMO. L'assunzione avviene attraverso una selezione pubblica o a chiamata diretta ?

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Dalla scuola di Perugia avviene a chiamata diretta. La selezione pubblica serve per entrare nella scuola. Per quanto riguarda operai, tecnici e impiegati, ci sarà un concorso nazionale.

VINCENZO CUOMO. Vorrei un chiarimento sull'apprendistato.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Come forse sa, col recente accordo sindacale di febbraio-marzo, si prevede che le persone entrino con un contratto di apprendistato e poi siano stabilizzate. Sarà una selezione nazionale divisa per figure professionali. Credo che elaboreremo con i sindacati...

VINCENZO CUOMO. Una sorta di formazione e lavoro.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Saranno stabilite le regole nelle prossime settimane.

Nel 2006 hanno usato *testimonial*, *location* in affitto, casting esterni, regie esterne e agenzie di pubblicità. Adesso non utilizziamo più nulla di questo. Facciamo tutto internamente, senza agenzie, *testimonial*, creatività. Per la produzione, usiamo esclusivamente risorse interne, tutte professionalità già presenti in azienda. Questo è un esempio, per inciso, di come stiamo cercando di tagliare i costi utilizzando maggiormente gli interni rispetto agli esterni. Per citarvi un ulteriore esempio, abbiamo parlato prima di montaggio, su cui si informava il senatore Airola: circa il 40 per cento del montaggio RAI è ancora realizzato esternamente.

ALBERTO AIROLA. Se con giusti equilibri economici e di qualità, va benissimo anche questo. Non siamo assolutamente contrari agli appalti.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Dovremmo ricorrere meno all'esterno e più all'interno.

ALBERTO AIROLA. In tema di partite IVA, vorrei metterla a conoscenza del fatto che diversi giornalisti, molti giovani, lavorano a partita IVA per grosse testate di giornalismo in RAI e che anticipano i soldi per le trasferte.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Non è più così. Approfitto per dare una buona notizia a questi giornalisti. Stiamo anche ragionando sul fatto che saranno trattati come interni per quanto riguarda prenotazioni alberghiere, voli e così via, e potranno ottenere anche degli anticipi. Allo stesso modo, sarà estesa anche a loro la copertura legale.

Mi è stato anche chiesto perché Colombo e Tobagi si fossero astenuti.

GERO GRASSI. Non posso rivolgere a lei questa domanda. Quella che le ho chiesto riguardava le motivazioni per cui si sono astenuti in merito al bilancio.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Nella scorsa puntata, cui mi pare che fosse presente, mi era stato chiesto perché si fossero astenuti dai palinsesti. Avevo risposto qualcosa a proposito del fatto che sono abituato al privato e che quindi per me il consiglio d'amministrazione non è un luogo di dibattito politico, ma un luogo in cui si lavora per l'azienda. Preferisco non rispondere perché non ho mai fatto commenti negativi su un consigliere o sulla sua astensione. Lo chiederà quando li audirete.

Il bilancio non è un'arte, ma una scienza. È preparato dal *management*, rivisto da una società di revisione, auditato. In questo caso, abbiamo chiesto un *audit* supplementare di quattro pareri di natura fiscale, civilistica, penale e di bilancio. In seguito, il consiglio ha votato.

I consiglieri, per motivi che a me sfuggono — se avessi avuto dei dubbi, non avrei potuto presentarlo — hanno deciso di astenersi, non hanno votato contro. Il bilancio è quello. Se qualcuno degli elementi è contro quel bilancio, che li presenti, sennò il bilancio è quello. Se ha degli elementi

che fanno sorgere dubbi sul bilancio, ce li faccia conoscere, ma i bilanci non sono un'opinione. La società di revisione li audita e li approva. Oltretutto, si potrebbe obiettare che non va redatto in un certo modo, ma in un altro: bisogna però anche identificare l'altro modo. Ribadisco, in ogni caso, che è una fotografia scattata in un dato momento e mi sembra sia stata scattata nell'unico modo possibile.

GERO GRASSI. Direttore, le faccio notare che non ha risposto alla mia domanda. Non c'è problema. Anche la non risposta è una risposta.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Ci tengo. Me la spieghi ancora una volta. Forse continuo a non capirla. Sta contestando il bilancio?

GERO GRASSI. Non contestavo l'astensione né la legittimità del bilancio. Se è vero, e dovrebbe essere vero quanto riportato — la RAI non ha smentito — non pensate che una società pubblica debba essere rigorosa in termini di trasparenza ed evitare operazioni di *maquillage* contabile ancorché legittime? Non ho parlato di illegittimità del bilancio, facevo riferimento ai ricavi pubblicitari dei 60 milioni di euro.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Aspetti un attimo. Lei sta dicendo che la RAI ha fatto *maquillage* contabili?

GERO GRASSI. Direttore, mi consenta, siamo noi a formulare le domande. Siccome ho il testo scritto, le rileggo la domanda: « I consiglieri Colombo e Tobagi si sono astenuti e non hanno approvato il bilancio. Da quel che si è letto sui giornali, pare che non abbiano condiviso il metodo di alcune contabilizzazioni di ricavi pubblicitari, in particolare, l'aver cifrato — non voi, ma la gestione precedente — ricavi pubblicitari per 60 milioni di euro di competenza 2012 nel bilancio 2011 ».

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Se così fosse, avrebbero dovuto votare contro. Parli con Colombo e Tobagi, non con me. Starei però molto attento ai termini che si usano, a parlare di *maquillage* contabile. Non lo avrei neanche fatto io, ma i consiglieri del 2011. A loro difesa, tuttavia, va detto che credo che quel bilancio sia stato auditato, per quanto mi risulta, e correttamente steso. Siamo in un'aula della Commissione vigilanza e credo che l'uso di termini molto gravi su certe questioni debba essere misurato.

GERO GRASSI. Le ho riportato delle notizie di stampa.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. Secondo lei, dovremmo smentire tutto quello che scrive la stampa?

GERO GRASSI. Credo che in questa sede io abbia il diritto di porle questa domanda. Lei ha il diritto di rispondermi come mi ha risposto.

LUIGI GUBITOSI, *direttore generale della RAI*. In ogni caso, a scanso di equivoci, credo che il bilancio sia stato correttamente stilato. Diversamente, dovrei dubitare, oltre che dei colleghi che l'hanno stilato, anche della revisione e di tutti quelli che l'hanno riguardato.

PRESIDENTE. Anche su questa questione, sui modi e le ragioni per cui hanno votato in un certo modo i due consiglieri d'amministrazione, ci sarà l'audizione del consiglio d'amministrazione. Avremo modo di continuare questo filone.

GIORGIO LAINATI. Mi rendo conto che in zona Cesarini porterò via al Presidente, ai colleghi e al direttore un minuto di cronometro. Innanzitutto vorrei ringraziare il direttore generale perché, per la prima volta, si sente parlare, dopo 21 anni, di concorsi per accedere alla televisione pubblica. Questa notizia ha davvero un carattere quasi storico.

In seconda battuta *flash*, all'inizio del 2001, quando cominciava la mia avventura antica di presenza in questa Commissione, e sia udì il presidente del consiglio d'amministrazione della RAI, dottor Zaccaria, poi divenuto parlamentare del centrosinistra, debuttò il famoso « lodo Zaccaria », che ripropongo in forma quasi di informazione giornalistica per il presidente, il direttore e tutti noi. Ricorderete la famosa regola dei tre terzi, un terzo degli spazi all'Esecutivo, uno alla maggioranza, uno all'opposizione.

Siccome nessun collega l'aveva citato in questa fattispecie, voglio ricordare, come ulteriore contributo al dibattito sulla questione di enorme delicatezza quale è il pluralismo, questo *souvenir*.

MICHELE ANZALDI. Volevo solo sottolineare che, a mio giudizio, esiste almeno un problema di comunicazione. Se, come affermato dal direttore, sono stati chiesti 4 o 5 pareri legali per approvare il bilancio e poi c'è stata un'astensione, obiettivamente qualche dubbio sorge, un problema esiste. La penso come il collega Grassi.

PRESIDENTE. La Commissione di vigilanza RAI, se questo dubbio persiste, ne chiederà conto al consiglio d'amministrazione e al presidente, che audiremo il 18 luglio prossimo. Sicuramente, se questi dubbi esistono, dobbiamo risolverli fino in fondo, come Commissione e come presidenza.

Ringrazio tutti gli intervenuti e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 17.30.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

DOTT. VALENTINO FRANCONI

Licenziato per la stampa
il 12 settembre 2013.

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

ALLEGATO

Testo integrale dell'intervento del senatore Augusto Minzolini.

Negli interventi del presidente della Rai Tarantola e del direttore generale Gubitosi durante la scorsa audizione ho trovato due modi diversi di svolgere i rispettivi ruoli. Debbo riconoscere che nell'intervento del presidente Tarantola, probabilmente per gli incarichi ricoperti in precedenza, ho riscontrato le preoccupazioni, le sensibilità, le logiche di un manager pubblico.

Diverso il modo con cui si è proposto il direttore generale a cui manca, mi perdonerà, l'*aplomb* del manager pubblico. Non mi è piaciuto il giudizio, a volte spietato, nei confronti della maggior parte dei dirigenti Rai e, in altra direzione, verso i partiti. Una critica tanto dura, quanto, invece, il direttore generale ha dipinto in termini quasi entusiastici i risultati della sua gestione. È anche qui penso francamente che il direttore generale abbia esagerato, non poco. Sia per quanto riguarda i dati d'ascolto che per la raccolta pubblicitaria. Per non dire, ne parlerò dopo, di alcuni aspetti della gestione.

Comunque per parlare di questi temi mi si permetta una premessa: il direttore generale può dire quello che vuole ma anche la sua nomina è stata frutto di una determinata stagione politica. Non è un Messia venuto dall'alto, né in Rai lo ha portato la cicogna. Ecco perché quel livore verso i partiti e la politica — io dico di comodo perché cede alla moda del momento — mi sembra eccessivo, diciamo, per usare un eufemismo, inelegante.

Seconda questione. Non entro nel merito su una serie di affermazioni del direttore generale sull'iniezione del carattere di imparzialità che la sua gestione ha portato nel servizio pubblico. Il discorso si farebbe troppo lungo.

Mi limito a dire che al di là della sua vocazione, tutta da verificare sul tema, la parola chiave del servizio pubblico dovrebbe invece essere il pluralismo, la capacità di dare la voce a tutti. A cominciare da quelli che sono presenti in Parlamento dalla sinistra, al centro destra, al movimento cinque stelle; fino ad arrivare a tutte quelle organizzazioni che agiscono nella società.

Bisogna garantire a tutti la possibilità di spiegare il proprio punto di vista e di difendersi. Ecco perché i richiami fatti la volta scorsa dall'on. Brunetta sono stati quanto mai appropriati. E quando parliamo di pluralismo mettiamoci in testa, visto che siamo in una commissione parlamentare, che ne debbono fruire anche le forze politiche che sono arrivate in parlamento non per grazia ricevuta ma per il voto dei cittadini. Ecco perché la sua polemica verso i partiti è alquanto impropria.

Arriviamo allo stato dell'azienda. Lei ne ha tracciato un quadro un po' troppo roseo. Partiamo dagli ascolti. Nella sua gestione la situazione non è cambiata granché. Semmai è un pochino peggiorata. Lei non ha fornito dati precisi per cui vale la pena che glieli fornisca io. Nel primo semestre del 2013 rispetto al primo semestre del 2012 la Rai nel suo complesso ha perso lo 0,44 per cento di share. Più in particolare nel segmento della prima serata, il più importante dal

punto di vista pubblicitario, c'è stato un meno 0,69 per cento. Più di mezzo in punto in meno. Non è una perdita grave ma da chi si è presentato qui come il Messia della televisione ci si sarebbe aspettato che la cifra fosse preceduta almeno da un segno più. Specie se si tiene conto che il maggior *competitor* nella tv generalista, Mediaset, non attraversa certo un momento felice visto che le sue reti hanno fatto registrare nell'insieme un calo di ascolti del 2,97 per cento.

Più nello specifico Rai 1 ha perso rispetto al primo semestre dell'anno precedente lo 0,60 per cento, Rai 2 lo 0,59 per cento e Rai 3 lo 0,04 per cento. Sono aumentati solo i canali speciali dello 0,79 per cento. Su base annua la situazione non cambia granché (complessivamente i canali Rai hanno perso lo 0,41 per cento). Tutto questo è accaduto anche per qualche flop di troppo. Mi limito ad elencare i programmi di prima serata che hanno registrato degli ascolti molto lontani se non addirittura la metà della media di rete.

Su Rai 1: « Altrimenti ci arrabbiamo », « Red or black ? », « Tutto o niente », « La terra dei cuochi ». Tutte e tre sul 14 per cento, cioè un terzo in meno della media di rete. Su Rai 2: « Tutto Dante », la metà della media di rete. Su Rai 3: « La grande storia », « E se domani », « Metropoli », « La guerra dei mondi ». Anche questi hanno fatto registrare la metà della media di rete. Il direttore ha poi tirato in ballo il Tg1. Non so se si riferisse alla mia gestione, o al mio successore Maccari quando ha detto che l'attuale gestione del Tg1 ha recuperato ascolti e si è imposta nel confronto con il Tg5.

Ebbene se paragoniamo i sette mesi della nuova gestione con gli stessi mesi del mio ultimo anno al Tg1 emerge che l'edizione attuale del Tg1 delle 13.00 ha perso 1,64 per cento di share, e la stessa perdita si è registrata nell'edizione delle 20.00.

Durante la mia gestione la distanza tra il Tg1 e il Tg5 delle 20.00 è stata del 4,36 per cento a favore del Tg1, mentre con l'attuale gestione è scesa al 3,53 per cento. Se poi andiamo a vedere il numero di vittorie del Tg5 sul Tg1 in questi sette mesi sono state dieci. Durante la mia gestione nello stesso periodo una sola. Dov'è il successo di pubblico di cui parla il direttore generale non è dato sapere.

Naturalmente il direttore generale può contestare questi dati ma se così facesse gli proporrei un patto tra gentiluomini: se i suoi fossero errati lui si dovrebbe dimettere da direttore generale; se lo fossero i miei io non tornerei più in commissione.

Passiamo al tema della pubblicità. Se gli ascolti sono quelli di prima anzi un pochino meno, è difficile che l'introito pubblicitario possa aumentare specie in un contesto difficile come quello attuale. Infatti io avrei delle visioni meno rosee rispetto a quelle del direttore generale. Dico rosee perché lui stesso, nel suo intervento ha parlato di una raccolta che dovrebbe attestarsi intorno ai 700 milioni, io penso invece che andrebbe bene se si arrivasse attorno ai 650 visto che c'è anche chi parla di 630 (ieri l'altro, il presidente dell'Upi ha parlato di una flessione del mercato pubblicitario del 14 per cento).

A proposito del documento Sipra sul crollo della pubblicità nell'ultimo quadrimestre 2012. Dalla lettura dei dati Nielsen 2012 si evince che la Sipra nel periodo gennaio-agosto 2012 ha ottenuto una raccolta pubblicitaria pari al meno 14 per cento rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, in un contesto di totale mercato al meno 15 per cento.

La chiusura Sipra dell'anno 2012 è stata invece attorno al meno 25 per cento (dati Nielsen), con un peggioramento di addirittura 10

punti percentuali dovuto all'improvviso crollo della raccolta pubblicitaria Rai nel periodo settembre-dicembre 2012 (del 40 per cento rispetto all'anno precedente. Molto, ma molto peggio rispetto al resto del mercato).

Nell'ultimo quadrimestre 2012 perciò la Rai ha avuto un peggioramento di circa 100 milioni di Euro di raccolta pubblicitaria e ciò in coincidenza con l'avvento del nuovo vertice Sipra (dottor Gubitosi presidente e dottoressa Lei amministratore delegato) insediatosi proprio ad inizio settembre 2012.

Il bilancio Rai, anche per colpa di questo peggioramento, ha chiuso il 2012 con un passivo di 245 milioni di euro. La perdita ingiustificata negli ultimi 4 mesi del 2012 dei suddetti 100 milioni di euro di fatturato si sta inoltre ripercuotendo anche sul conto economico dell'anno 2013 in quanto si è partiti da una base più bassa.

In merito al fortissimo incremento sconti su pubblicità RAI. Alcuni articoli hanno segnalato che a partire dall'autunno 2012 si è verificato un forte ed incontrollato innalzamento degli sconti con i quali la Sipra ha proposto la pubblicità della Rai, fenomeno accentuatosi ulteriormente da Gennaio 2013 con l'arrivo del nuovo direttore generale della concessionaria dottor Piscopo proveniente da Sky. Questo fatto, anche recentemente, viene riportato con sempre maggiore frequenza dalla stampa che parla di svendita degli spazi Rai con sconti attorno al 90 per cento sul valore di listino; di *dumping*; di danni all'intero settore ed in particolar modo alla raccolta pubblicitaria della stampa e addirittura del *web*.

La Sipra, fino a quando ha difeso il valore della pubblicità Rai, applicava sconti attorno al 66 per cento (ciò vuol dire 1 spot lo paghi e 2 sono gratuiti).

Il nuovo vertice della Sipra, ora Rai pubblicità, ha invece aumentato enormemente gli sconti arrivando facilmente a trattative con il 90 per cento – 95 per cento e oltre...

Il 90 per cento vuol dire 1 spot lo paghi e 9 sono gratuiti !!. Il 95 per cento invece 1 a pagamento e 19 gratuiti!!!

Il nuovo vertice in pratica sta attuando una politica commerciale di distruzione del valore della pubblicità della Rai che per decenni era invece stata difesa in relazione alla sua disponibilità limitata (vedi Legge Mammi) ed alla alta qualità del prodotto Rai. Inoltre il non difendere il valore del prodotto pubblicitario della Rai sembra aver causato uno svilimento dello stesso ed è opinione comune che possa essere alla base dei suddetti più recenti pessimi andamenti della raccolta pubblicitaria Rai.

Passiamo al periodo gennaio-aprile 2013. Si parla di una perdita di circa 70 milioni di Euro rispetto a quanto ottenuto nello stesso periodo del 2012. Come può immaginare un pareggio su base annua della raccolta pubblicitaria 2013 rispetto a quella del 2012, partendo da un *handicap* così alto?

Alcuni esponenti politici del PD hanno recentemente dichiarato che una previsione verosimile di raccolta pubblicitaria 2013 della Sipra si aggirerebbe attorno alla cifra di 655 milioni e c'è già chi ipotizza un risultato finale attorno ai 600 milioni. È ovvio che in questo caso il bilancio 2013 della Rai si aggraverebbe e chiuderebbe con un pesante passivo.

Conseguentemente, se queste fossero le vere cifre, il danno si ripercuoterebbe anche sull'esercizio 2014 in quanto anche questa volta si partirebbe da una base più bassa di quanto previsto. È il caso di

ricordare inoltre che sul bilancio 2014 graveranno anche gli extra costi degli eventi sportivi. Con queste prospettive la Rai si troverebbe ad affrontare un altro anno, il terzo per la precisione, con un bilancio con fortissime perdite.

Carosello. Dopo l'exploit dei primissimi giorni, le *audience* sono crollate e sembra che gli inserzionisti stiano contestando alla Sipra gli scarsi risultati. Ma voglio porle alcune domande sull'argomento. È vero quanto affermato (e riportato dalla stampa) dal direttore generale della Sipra Piscopo che la concessionaria pubblica ha contribuito ai costi della realizzazione degli spot regalando a ciascun inserzionista 70.000 Euro di spazi pubblicitari Rai al netto degli sconti?

Perché, se così fosse, ci si domanda come possa una concessionaria pubblica contribuire con spazi « pubblici » al pagamento di una creatività realizzata da agenzie pubblicitarie « private ». Questa bizzarra fattispecie, che vede la Rai contribuire con un proprio bene (che poi è pubblico) al pagamento di un soggetto privato (agenzia creativa) per conto di un altro soggetto privato (cliente inserzionista), non richiederebbe forse una gara pubblica, magari europea?

Per quanto riguarda la radio, come sta andando la raccolta pubblicitaria legata alle reti radiofoniche Rai? È vero che Onda Verde Rai, dopo oltre 20 anni di sponsorizzazione, non ha più il partner commerciale? La Sipra ha trovato il nuovo sponsor che porti nelle casse della radio Rai gli oltre 4 milioni derivanti da questa operazione?

Ma dei tanti argomenti posti dal direttore generale quello più affascinante è stato quello del ritorno dei concorsi per le assunzioni Rai. Questione molto interessante. Peccato che questa scelta stride non poco con la decisione di assumere una decina di top manager dall'esterno a chiamata diretta e stride con il fatto che l'azienda ha prepensionato 430 persone e punta alla fatidica soglia delle 600 persone. Ebbene mi chiedo: il direttore generale non avrebbe potuto avvalersi di risorse interne? Tra tanti dirigenti è possibile che non ci fossero in un'azienda di 14 mila dipendenti dirigenti con le competenze necessarie? Sono stati seguiti i criteri e le procedure peculiari di un'azienda pubblica? Non sono interrogativi campati in aria visto che due associazioni di consumatori hanno presentato esposti alla Corte dei Conti per verificare se queste scelte hanno determinato un danno erariale. Lo chiedo al direttore generale e alla presidente che ha autorizzato queste assunzioni. Tanto più che, aspetto alquanto singolare della vicenda, i dirigenti assunti con contratti indeterminati, vengono tutte dalle esperienze lavorative passate del direttore generale. Addirittura c'è stata una vera immigrazione da Wind, un'azienda, che il direttore generale mi permetterà di dirlo non si occupa di televisione e non è neppure pubblica. Quindi non si capisce dove queste persone abbiano maturato l'esperienza per lavorare in Rai.

Non voglio entrare nel dettaglio ma ad esempio come si fa ad assumere e a mettere a capo del contenzioso, servizio fondamentale nell'ufficio legale in Rai, un avvocato che si è occupato nella sua vita soprattutto di crediti e valori mobiliari? O ancora a mettere a capo del settore dei contratti una persona che proviene da aziende private che non applicano il codice dei contratti pubblici, e quindi che non possiede esperienze in materia? E questo magari emarginando risorse interne che hanno esperienze ventennali nel settore. Insomma, mi piacerebbe sapere quali sono stati i criteri alla base delle scelte fatte.

Anche perché restando, ad esempio, nell'ufficio legale si rischia di perpetuare l'attuale situazione che non è certo felice. Si hanno all'incirca 28 avvocati interni, ma se ne usano altri 150 esterni. Mi dicono che questa filosofia costa alla Rai cinque milioni di euro l'anno. Cioè quasi la metà del budget annuale del Tg1. Vorrei sapere se è vero visto che, con una Sentenza della Cassazione di quest'anno, la suprema Corte ha deciso che gli amministratori di un ente pubblico che affidano in assenza di motivazioni adeguate la redazione di un parere ad un legale esterno, possono essere condannati al risarcimento del danno erariale.

Vede caro direttore generale a me è piaciuta la citazione del Gladiatore, però, mi scusi la franchezza, la sua filosofia e il suo operato mi lasciano un pochino perplesso. Qui si parla tanto di privatizzazione della Rai, e forse lei, si è posto il problema di passare dalle parole ai fatti, e ha dato vita a una sorta di privatizzazione « *ad personam* ». Altrimenti non si spiega questo criterio nelle assunzioni, come non si spiega l'ostracismo che da più di un anno viene applicato al Codacons reo di aver presentato al TAR una denuncia in cui reputa illegittime la sua nomina e quella del presidente Tarantola. Si può essere d'accordo o meno con il Codacons, ma non per questo si può escludere un'associazione di consumatori dal servizio pubblico.

Ecco perché, come le ho detto all'inizio, le manca l'*aplomb* del manager pubblico. Lei deve capire che la Rai non è dei partiti, men che meno di questa Commissione, ma sicuramente non è neppure sua.

€ 4,00



17STC0000360