



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 3

N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.

**COMITATO PER LE QUESTIONI DEGLI ITALIANI
ALL'ESTERO**

**INDAGINE CONOSCITIVA SULLE POLITICHE RELATIVE AI
CITTADINI ITALIANI RESIDENTI ALL'ESTERO**

6^a seduta: mercoledì 17 giugno 2009

Presidenza del presidente FIRRARELLO

INDICE

Audizione di rappresentanti della NewCo Rai International

PRESIDENTE	Pag. 3, 10, 12 e <i>passim</i>	MALESANI	Pag. 3, 11, 12 e <i>passim</i>
GIORDANO (PdL)	10		
* MICHELONI (PD)	10, 13		

N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari: Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; UDC, SVP e Autonomie: UDC-SVP-Aut; Misto: Misto; Misto-IO SUD:Misto-IS; Misto-MPA-Movimento per l'Autonomia: Misto-MPA.

Interviene, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, il presidente della NewCo Rai International, dottor Pier Luigi Malesani, accompagnato dal responsabile area commerciale, dottor Giovanni Celsi, e dal responsabile di comunicazione e relazioni esterne, dottor Patrizio Rossano.

I lavori hanno inizio alle ore 13,55.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione di rappresentanti della NewCo Rai International

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulle politiche relative ai cittadini italiani residenti all'estero. In tale ambito, dopo aver ascoltato rappresentanti della «Dante Alighieri» e di Rai International, è oggi prevista l'audizione di rappresentanti della NewCo Rai International. Sono presenti il presidente, dottor Malesani, accompagnato dal responsabile area commerciale, dottor Celsi, e dal responsabile di comunicazione e relazioni esterne, dottor Rossano.

Do senz'altro la parola al presidente, dottor Luigi Malesani.

MALESANI. Signor Presidente, innanzitutto desidero ringraziare di questo invito, perché mi permette di rappresentare a questo Comitato quanto stiamo facendo e abbiamo in programma di fare.

Cercherò di svolgere una relazione molto breve, senza entrare nel dettaglio della nostra attività di distribuzione dei canali televisivi e lasciando agli atti un'ampia documentazione. Tuttavia, non posso esimermi dallo svolgere due considerazioni iniziali.

La nostra società, a differenza di tutte le altre società facenti capo alla RAI, è figlia dell'adempimento di un dettato legislativo, contenuto nella legge Gasparri e ripreso nel Testo Unico della radiotelevisione, che all'articolo 45, comma 2, recita: «Il servizio pubblico generale radiotelevisivo, ai sensi dell'articolo 7, comma 4, comunque garantisce: (...) e) la costituzione di una società per la produzione, la distribuzione e la trasmissione di programmi radiotelevisivi all'estero, finalizzati alla conoscenza e alla valorizzazione della lingua, della cultura e dell'impresa italiane attraverso l'utilizzazione dei programmi e la diffusione delle più significative produzioni del panorama audiovisivo nazionale». La società NewCo nasce quindi da un'indicazione legislativa precisa e si colloca in un sistema, quello RAI, nel quale vi sono molti soggetti e presenze che si occupano di attività all'estero e da ciò discende una prima osservazione: occorre una razionalizzazione dell'attività della RAI sul piano internazionale.

Durante la precedente gestione RAI vi è stata una commissione, composta da consiglieri di amministrazione, che ha affrontato questo tema e ci aspettiamo che nelle prossime delibere del Consiglio di amministrazione vi siano chiarificazioni e prese di posizione in tal senso. La stessa confusione che si può fare, anche in questa sede a volte, tra RAI International e NewCo Rai International, il canale «Raitalia» e la società, indica che occorre fare chiarezza.

La società NewCo Rai International si è insediata nel giugno 2007, ma è diventata operativa soltanto nell'aprile 2008, quando la capogruppo ha formalizzato, con una serie di adempimenti, il distacco presso di lei delle strutture competenti, del personale e le ha assegnato un *budget*. Una volta divenuta operativa, la società ha iniziato ad affrontare una serie di responsabilità, di cui la più importante è la diffusione e distribuzione del principale canale per l'estero, che una volta si chiamava «RAI International» e adesso è stato deciso si chiami «Raitalia».

Prima di rendere la fotografia di come è distribuito e rappresentato nei diversi continenti il canale televisivo «Raitalia», voglio portare a conoscenza di questa Commissione una recente delibera, adottata dal Consiglio di amministrazione solo due settimane or sono, il 28 maggio 2009, con cui si è disegnata la nuova mappa della distribuzione.

Dai resoconti delle vostre sedute ho notato che durante l'audizione del presidente Badaloni sono stati posti numerosi quesiti su Al-Baraka e la distribuzione dei programmi RAI nei vari continenti ed oggi posso comunicarvi la decisione adottata dalla RAI in merito.

In America latina, la RAI riacquisisce il controllo della distribuzione tecnica del segnale di «Raitalia», cedendo per un periodo di cinque anni ad un nuovo soggetto, All-TV, la commercializzazione del canale «Raitalia» e di eventuali altri canali prodotti o distribuiti dalla NewCo. L'America latina esce quindi completamente dalla gestione Al-Baraka.

Negli Stati Uniti e in Australia, invece, la RAI prosegue il rapporto con Al-Baraka, ma con modalità diverse. Come è noto, nel 2009 scadeva il contratto con Al-Baraka, ma soltanto per la distribuzione via cavo, mentre per l'altra delle due distribuzioni attive negli Stati Uniti, quella via satellite, scadrà nel 2011. Pertanto, dato che l'esistenza su uno stesso territorio di due sistemi con due distributori, uno su satellite e uno su cavo, avrebbe creato certamente molta confusione, negli Stati Uniti si ipotizza la proroga fino al 31 maggio 2011, data ultima di scadenza del vigente contratto, della gestione da parte di Al-Baraka del mercato del cavo, uniformandolo temporalmente a quanto previsto per quello satellitare. In questo modo, entrambi i sistemi verranno a scadere a maggio 2011.

Per quanto riguarda invece l'Australia, la RAI subentra nella gestione del trasporto del segnale attraverso un sistema via fibre ottiche, che abbiamo intenzione di affidare all'EBU/UER, cioè al sistema europeo di radio e televisione. Al-Baraka manterrebbe quindi solo l'attività di commercializzazione sul territorio, con relativi costi e ricavi. In una logica di progressiva indipendenza e di acquisizione della responsabilità diretta da parte della RAI, abbiamo ritenuto di togliere subito ad Al-Baraka la tra-

smissione del segnale, mentre abbiamo rinviato di due anni l'acquisizione della gestione della commercializzazione in Australia, non avendo ancora tutte le strutture e competenze per subentrare immediatamente.

In sintesi, la proposta di aggiornamento del contratto è coerente con la decisione della RAI di acquisire progressivamente la piena autonomia della distribuzione, svincolandosi dal legame con il gruppo arabo Al-Baraka. La società NewCo Rai International pertanto prospetta una diversa modulazione del rilascio del segnale in Australia e, per quanto riguarda gli Stati Uniti, della distribuzione via cavo differita dal maggio 2009 al maggio 2011. Risulta invece confermato il subentro ad Al-Baraka, all'imminente scadenza pattuita, nella distribuzione in America latina.

Signor Presidente, ho preparato una relazione che consegnerò agli Uffici del Comitato, nella quale viene evidenziata la differenza tra la distribuzione del canale televisivo e quella del canale radiofonico nei vari Continenti. Ora vorrei sintetizzare sottolineando soltanto i punti essenziali, rispondendo così ad alcuni quesiti posti dagli onorevoli senatori nelle precedenti sedute.

Per quanto riguarda la diffusione negli Stati Uniti, il canale televisivo «Raitalia» (ex «Rai International») è distribuito come *premium channel* su piattaforma DTH (via satellite) e su cavo: via satellite è offerto dalla società Dish Network, il secondo operatore satellitare degli Stati Uniti e il primo nel mercato etnico; via cavo è offerto da oltre 20 operatori, di cui i più importanti sono Time Warner e Cablevision. «Raitalia» può essere acquistato come singolo canale aggiuntivo ad un pacchetto base o all'interno di un pacchetto aggiuntivo contenente altri canali destinati al pubblico di lingua italiana, di cui però risulta essere il principale motivo di acquisto.

A fine 2008, il numero complessivo di abbonamenti a «Raitalia» negli USA è di 124.100. Il maggior numero è via cavo, con 47.500 abbonamenti, mentre al satellite risultano 41.600 abbonamenti. A questi vanno aggiunti 35.000 abbonamenti universitari, che hanno una procedura privilegiata.

Negli Stati Uniti va segnalata infine la diffusione di un palinsesto parziale di «Raitalia», specifico per gli USA, che consiste in un paio di ore quotidiane dal lunedì al venerdì, in un'ora il sabato e in sei ore la domenica, tratte dalla programmazione di «Raitalia» e confezionate a New York in collaborazione con Rai Corporation.

Tralascio le informazioni relative alla programmazione parziale ed in particolare a chi se ne occupa e alle aree interessate, oltre a New York. Sottolineo però che la programmazione parziale di «Raitalia» viene diffusa gratuitamente nell'area di New York tramite il Canale 25, via etere terrestre, e senza costi aggiuntivi a tutti gli abbonati ai cavi che ritrasmettono il Canale 63, per un totale di 3.820.265 case raggiunte, in un territorio dove è presente una vasta comunità di italoamericani di prima, seconda e terza generazione.

I rapporti con gli operatori e con il mercato per «Raitalia» sono gestiti negli Usa dalla società Reach Media. La distribuzione della program-

mazione parziale di «Raitalia» è gestita direttamente da NewCo Rai International in collaborazione con Rai Corporation. Il nuovo accordo che stiamo negoziando con Al-Baraka prevede un maggiore coinvolgimento di Rai Corporation nell'area americana e la possibilità di una gestione diretta da parte di NewCo Rai International del mercato delle nuove piattaforme, a partire dall'*Internet protocol television* (IPTV).

Per quanto riguarda il Canada, sottolineo che le trasmissioni televisive via satellite e cavo digitale in diretta del canale integrale di «Raitalia» sono partite soltanto nel 2005 (vi erano problemi giuridici con il Canada che sono stati affrontati e risolti soltanto nel 2005, soprattutto grazie all'intervento del nostro Ministero degli affari esteri). Il canale viene offerto come canale *premium*, cioè a pagamento aggiuntivo all'abbonamento base. Il Canada è l'unico Paese dove «Raitalia» deve fronteggiare una reale concorrenza di canali che si rivolgono allo stesso pubblico, a partire – ma senza limitarsi ad esso – dal canale bilingue italiano-spagnolo «Telelatino», che prima ritrasmetteva i programmi di Rai International e che ancora oggi può contare su programmi RAI di acquisto e sulla diffusione di massa dei cavi analogici. «Telelatino» compra alcuni programmi attraverso Rai Trade e li trasmette sulla propria emittente.

In pochi anni, anche grazie ad una politica di prezzi molto più bassi di quelli di mercato, «Raitalia» ha raggiunto a fine 2008 un totale di circa 76.000 abbonamenti. Il prezzo (in ordine al quale sono state poste varie domande) va dai 2,50 ai 4,50 dollari canadesi al mese. Il canale TV viene offerto da due operatori satellitari (Bell e Star Choice) e da otto operatori cavo. Si tratta quindi di un canale in rapida crescita e gli abbonamenti sono destinati ad aumentare ulteriormente. La distribuzione di «Raitalia» in Canada è curata direttamente da NewCo Rai International.

Per quanto riguarda l'America latina, sottolineo che il canale TV di Rai International è diffuso in 23 Paesi ed è ricevuto in più di 900 Città dell'America latina attraverso oltre 160 operatori, sia via cavo che via satellite, con circa 900 punti di ricezione e ritrasmissione del segnale controllati attraverso sistemi di sicurezza e accessi condizionati. Il numero complessivo di case raggiunte dal segnale di Rai International è di poco inferiore ai 10 milioni; questo fa di «Raitalia» uno dei canali europei più diffusi in America latina. Il canale è generalmente offerto all'interno dei pacchetti di base sui cavi e, quindi, senza costi aggiuntivi all'abbonamento base che consente l'accesso a tutti i canali del servizio, o all'interno di pacchetti internazionali con un costo supplementare, ma non per il singolo canale, su alcuni cavi e sui satelliti. Il canale, a differenza del resto delle Americhe e dei territori Al-Baraka, non è mai offerto come *premium* o come costo singolo aggiuntivo, in base ad una scelta volta ad allargare al massimo le possibilità di diffusione e di accesso al segnale.

Il totale degli abbonamenti a fine 2008 è di 9.612.969. Il Paese con il maggior numero di case raggiunte è l'Argentina, con 3.577.522 abbonamenti, seguito dal Brasile con 2.780.521 sottoscrizioni. Il terzo Paese per diffusione è il Cile, con 714.094 abbonamenti, seguito da Venezuela (671.054 abbonamenti) e Colombia (oltre 600.000 abbonamenti).

Le modalità di distribuzione fanno di «Raitalia» un ottimo mezzo per raggiungere non solo gli italiani e i loro discendenti, ma anche i pubblici locali potenzialmente interessati all'Italia. Rappresenta insomma un'ottima occasione per raggiungere l'obiettivo di promuovere il Sistema Italia in Paesi di grande interesse per gli scambi internazionali, commerciali, culturali, economici e turistici. Inoltre, l'attuale penetrazione nei sistemi televisivi locali rappresenta un'ottima base per aumentare gli ascolti che, secondo gli ultimi dati disponibili, oscillano tra lo 0,01 della Colombia e lo 0,03 per cento del Cile, passando per lo 0,02 per cento dell'Argentina. Naturalmente, si tratta di dati di ascolto medi, che non danno conto dei picchi raggiunti da trasmissioni di successo come quelle sportive o canore, tra cui il Festival di Sanremo.

La distribuzione e la commercializzazione di «Raitalia» e i rapporti di mercato in America latina, in base ai nuovi accordi con Al-Baraka, saranno gestiti direttamente dalla NewCo Rai International attraverso la Società All-TV, società brasiliana con cui avremo, a partire dal primo giugno di quest'anno, un rapporto diretto.

Il canale «Raitalia» è diffuso in Australia via cavo e via satellite come *premium channel* con circa 22.000 abbonamenti. Viene distribuito da sei operatori in tutto il Continente e la maggior parte degli abbonamenti è a Foxtel, che a fine 2008 contava circa 15.000 abbonamenti al canale «Raitalia». Un'altra parte, meno grande, ma comunque consistente, di abbonamenti è ad Austar, che copre via satellite la parte interna del Continente e conta intorno ai 2.000 abbonamenti a «Raitalia». L'Oceania è il Continente dove forse il costo dell'abbonamento a «Raitalia» è più elevato, e va dai 20 dollari australiani di Foxtel e Optus, ai 13,95 di Austar, che vanno però aggiunti al costo dei pacchetti di base tra i 40 e i 69,90 dollari australiani. È anche disponibile l'offerta di un operatore minore, che al costo unico di 54,95 dollari australiani offre l'abbonamento a «Raitalia» insieme a Euronews più altri 28 canali di cui 5 di cinema. Il numero degli abbonamenti è aumentato leggermente solo negli ultimi anni. Va tenuto conto che in Australia è possibile ricevere direttamente e gratuitamente anche il canale «Raitalia» diffuso dal satellite Asia Sat per i Paesi Asiatici, ma in questo caso il calcio di serie A è criptato. Distribuzione e rapporti di mercato sono gestiti da World Media International, società del gruppo Al-Baraka, mentre la diffusione del segnale sarà curata direttamente da NewCo Rai International a partire dal 2010.

«Raitalia» è distribuito nell'Africa subsahariana attraverso MultiChoice, che è il principale operatore *payTV* via satellite del Sud Africa e copre tutto il continente africano, ad eccezione dei Paesi della costa settentrionale. Vi è poi anche la società RRsat, che distribuisce il segnale nei Paesi dell'Africa orientale, attualmente esclusi dalla distribuzione MultiChoice. Attraverso MultiChoice, «Raitalia» raggiunge circa 2.100.000 case, la maggior parte delle quali (circa 1.400.000 case) concentrata in Sud Africa. RRsat copre Etiopia, Eritrea, Ciad, Sudan e, in particolare, le Seichelles, dove tutti gli alberghi sono interessati all'abbonamento con «Raitalia» per la presenza di turisti italiani, con 2750 abbonamenti.

Il *marketing* e la distribuzione in Africa, come in Asia e Europa di cui parleremo di seguito, sono gestiti direttamente dalle strutture commerciali di NewCo Rai International, di cui alla mia destra è il responsabile, dottor Celsi. Il costo medio mensile per ricevere in Sud Africa «Raitalia», generalmente inserito in pacchetti aggiuntivi, è di 495 Rand, corrispondenti a circa 45 euro.

«Raitalia» è diffuso altresì gratuitamente in tutto il Continente asiatico, raggiungendo ben 51 Paesi asiatici attraverso il satellite AsiaSat 2. La diffusione è libera e può essere ricevuta da chiunque acquisti un *kit* satellitare facilmente reperibile sul mercato. Il canale «Raitalia» per l'Asia non contiene le partite del campionato di calcio di Serie A, di cui non abbiamo acquistato i diritti per la distribuzione asiatica, ma solo quelle della serie cadetta e della nazionale. La distribuzione finora non è stata gestita attraverso reti di distribuzione locale come negli altri territori a maggiore presenza di comunità italiane. Ci sono solo poche eccezioni: in Indonesia, la First Media Tbk, che raggiunge poco più di 70.000 case, o in Giappone, dove «Raitalia» viene distribuito da un cavo operatore di Tokio.

Nei Paesi europei, NewCo Rai International attualmente cura la ritrasmissione su piattaforme via cavo e satellite dei canali Rai domestici (quindi «Rai Uno», «Rai Due» e «Rai Tre»), oltre al lancio del nuovo *bouquet* di canali per l'estero: NewCo Rai International sta infatti sviluppando il lancio di canali tematici con proprio marchio. Inoltre, è disponibile la programmazione mirata di «Raitalia» inserita nel palinsesto di «RaiMed», diffuso gratuitamente in tutta Europa e nel bacino del Mediterraneo attraverso il satellite DTH Hot Bird. In Europa, in prevalenza, continua la diffusione via satellite in chiaro, che copre anche il bacino del Mediterraneo, dei tre canali generalisti nazionali RAI, iniziata con «Rai Uno» nel 1985, e la relativa ritrasmissione su piattaforme cavo/satellite. Recentemente, anche il canale «Rainews24» è entrato a far parte di questo tipo di distribuzione.

Da circa un anno lo scenario europeo si è arricchito anche delle possibilità offerte dalle piattaforme IPTV che vanno diffondendosi nei principali Paesi. In Europa, l'offerta televisiva RAI è già particolarmente ricca e articolata, in quanto via satellite vengono trasmessi in chiaro, oltre a «Rai Uno», «Rai Due», «Rai Tre» e «Rainews24», anche altri canali tematici, tra i quali «Rai Sport», «Rai Educational 1» e «Rai Med». La ricezione via cavo in analogico (in pacchetti *basic* o *extended basic*) rappresenta ancora il 97 per cento del bacino di utenza RAI rispetto alle nuove modalità di diffusione.

I Paesi attualmente raggiunti con regolari accordi di diffusione sono: Portogallo, Svizzera, Belgio, Lussemburgo, Lichtenstein, Olanda, Austria, solo marginalmente la Francia, Danimarca, Islanda, Norvegia, Svezia, Finlandia, Estonia, Lettonia, Lituania, Slovenia, Croazia, Serbia, Albania, Ungheria, Romania, Repubblica Moldava, Slovacchia, Bulgaria, Bosnia Erzegovina, Macedonia, Montenegro e Ucraina. I canali RAI vengono ritrasmessi anche in altre aree, anche se per lo più non su base contrattuale: fra

queste, vanno menzionate la Polonia e gran parte della Repubblica Francese.

Nel complesso, in Europa si può parlare di circa 8 milioni di case raggiunte attraverso le varie piattaforme di distribuzione che si aggiungono alla diffusione libera via satellite. I Paesi di storica emigrazione italiana quali Svizzera e Belgio, o a maggior accettazione linguistica del nostro idioma, quali la Romania, rappresentano la parte più importante del bacino di ascolto dei canali RAI attualmente disponibile in Europa.

La relazione che ho depositato agli atti contiene informazioni anche sulla distribuzione del canale radiofonico, con lo stesso dettaglio riservato alla televisione, cosicché avete tutti gli elementi informativi.

Prima di concludere la mia relazione, vorrei dare una informazione molto attuale, che riguarda la produzione di canali tematici della stessa NewCo Rai International.

Abbiamo avuto mandato dalla RAI di arricchire il *bouquet* internazionale di canali tematici alla sola condizione che siano autofinanziati, cioè che siano a costo zero per la RAI. Già dall'aprile 2008, quando abbiamo ricevuto l'incarico da parte della nostra capogruppo, ci siamo attivati per realizzare una serie di canali tematici.

Il primo, che è a *brand* NewCo Rai International, partirà il 28 giugno prossimo: si tratta di un canale sul turismo, il cui direttore sarà Osvaldo Bevilacqua che ha già maturato un'esperienza di programmi televisivi sulle reti nazionali; tutti i finanziamenti saranno a carico dei soggetti interessati allo sviluppo del turismo in Italia, *in primis* l'ENIT, ma anche e specialmente le Regioni italiane. Tale canale – che, ripeto, partirà in via sperimentale dal 28 giugno prossimo – avrà una programmazione di sole quattro ore giornaliere, che verranno ripetute a rullo, come accade sempre per i canali tematici. Si tratta di un fatto di grande importanza per la nostra presenza nel mondo.

Nei vari continenti, quindi, oltre al canale «Raitalia», avremo una serie di canali aggiuntivi: il canale «Yes Italia», che ho poc'anzi citato; il canale di informazione «Rainews24», che verrà incluso nel *bouquet* delle informazioni e che pertanto fornirà informazioni 24 ore su 24; il canale «Salute!», che verrà distribuito sempre da NewCo Rai International, ma non sarà a *brand* RAI, nel senso che ci siamo assunti la responsabilità di distribuirlo e quindi di arricchire il *bouquet* internazionale, senza averne però la responsabilità editoriale e neanche quella dei costi.

La società realizzatrice ci paga per la distribuzione nel mondo; in cambio, abbiamo chiesto di avere un garante di tipo editoriale, trattandosi di un tema – quello della salute – che necessita di una particolare attenzione sia sui contenuti che sugli ospiti invitati. In questa fase, tale canale viene già distribuito in Italia ed in Europa e con il nuovo sistema, che vi ho testé illustrato, a partire dal 1° giugno prossimo verrà distribuito anche nel mondo.

Sono in fase di studio tanti altri canali. Ad esempio, vi è quello dedicato ai giovani, relativo ai punti di eccellenza presenti in Italia, o quello finalizzato a fornire esatte informazioni, con l'ausilio del Ministero del-

l'interno, ai cittadini dei Paesi di origine dei flussi migratori per rappresentare con precisione la situazione, i fabbisogni e le procedure esistenti in Italia.

Quindi, noi siamo al servizio delle Istituzioni per progetti che in qualche modo possano arricchire la nostra presenza in Italia e all'estero.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Malesani per l'esauriente relazione, al quale però vorrei porre alcune domande. Innanzi tutto, vorrei sapere: quanto costa il servizio svolto da NewCo Rai International; quanti sono gli operatori e se vengono utilizzati i satelliti Al-Baraka; perché noi non siamo organizzati per effettuare un servizio autonomo. Inoltre, vorrei capire come mai il calcio, che è la maggiore attrazione dello sport nel mondo, non venga diffuso all'estero. Fra l'altro, dalle informazioni giornalistiche risulta che, in particolare in Asia, il calcio è fortemente sentito e le squadre italiane sono molto apprezzate.

GIORDANO (*PdL*). Signor Presidente, ringrazio anzitutto il dottor Malesani per la chiarissima esposizione.

Provenendo dal Nord America, vorrei avere alcuni chiarimenti in particolare sul canale «Telelatino», che è praticamente un competitore dell'ex Rai International. Vorrei sapere se vengono acquistati dalla RAI quei pochi programmi distribuiti da «Telelatino» (che sta diventando sempre più latino, visto che distribuisce ormai in modo preponderante programmi in lingua spagnola ed inglese piuttosto che in italiano, e quando lo fa si tratta di programmi a volte assai obsoleti).

Ovviamente noi non abbiamo giurisdizione su «Telelatino», che è una società privata. Come «Raitalia» però potremmo senz'altro trasmettere programmi migliori rispetto a quelli distribuiti da «Telelatino»; invece l'ex Rai International distribuisce programmi che in Italia non vengono più mandati in onda, ripetendoli più volte al giorno. Non mi sono preparato per fornire i titoli di queste trasmissioni, ma i nostri concittadini in Canada, soprattutto a Montréal, lamentano tale spiacevole situazione.

Mi sembra di capire che la NewCo Rai International, che è una società di Stato, nasce per fare affari e non per perdere denaro. Se è così, vorrei capire come è possibile pensare di trasmettere per la nostra gente, per gli italiani che vivono fuori dal nostro Paese, programmi di lingua, di cultura e di turismo. Sappiamo, infatti, che questi settori sono poco remunerativi e, pertanto, il discorso non mi risulta molto chiaro. Quanto faceva l'ex Rai International era noto (si registravano anche delle perdite), ma la NewCo Rai International è stata costituita soprattutto per fare affari e non per perdere denaro. Quindi, vorrei capire come si può spiegare questa differenza.

MICHELONI (*PD*). Signor Presidente, innanzi tutto desidero ringraziare i nostri ospiti per l'ottima relazione che, se ho ben capito, avremo su supporto cartaceo e che ritengo essere un efficace strumento di lavoro. Ringrazio anche per l'operazione che stanno tentando di effettuare e che

richiederà del tempo, volta a delineare un quadro più organico e comprensibile.

Vorrei formulare al dottor Malesani una sola domanda, sul problema del criptaggio in alcune zone d'Europa, criptaggio che riguarda sia eventi sportivi, come le partite di calcio e le corse automobilistiche, sia eventi prodotti dalla RAI, come nel caso della ridiffusione di una trasmissione di grande successo su Pavarotti, prodotta appunto dalla RAI (per il criptaggio della quale siamo stati sommersi da proteste). Si tratta di una vecchia questione, relativamente alla quale vorrei sapere a che punto ci troviamo e gradirei una risposta un po' più articolata del solito richiamo ai diritti d'autore, dato che la Francia e altri Paesi avevano lo stesso problema e lo hanno risolto.

Mi chiedo se sia possibile trovare una soluzione in materia di diritti d'autore sui programmi televisivi, quantomeno per l'Europa.

Poi vi sono altre difficoltà legate al Paese in cui si vive: ad esempio la distribuzione via cavo è la più diffusa e di conseguenza, a seconda di dove ci si trovi, vanno stipulati appositi contratti. Ma questi problemi ce li risolviamo da soli.

Infine, una curiosità: Bevilacqua lascerà «Serenio variabile»? Perché questo mi dispiacerebbe.

MALESANI. Risponderò prima ai quesiti posti dal Presidente.

Con riferimento al quesito sui costi connessi all'operatività di NewCo Rai International, in questa fase preferisco fornire una nota informativa precisa su tutti i costi dell'operazione che stiamo avviando relativamente alla trasmissione del segnale «Raitalia» in tutto il mondo. Proprio in questi giorni si svolgono le trattative con i soggetti di cui ho detto, delle quali uno degli elementi fondamentali è il prezzo, e dato che tali trattative dovranno chiudersi entro il 30 giugno, se non le dispiace, le scriverò una lettera sull'argomento i primi di luglio e le dirò quali sono i termini dell'impegno della RAI per questo tipo di attività.

Mi permetto poi di rispondere sia al senatore Giordano, sia al Presidente dicendo che la società NewCo Rai International costa alla RAI: nell'aprile 2008, essa ha visto trasferirsi tutte le competenze che non fossero di tipo editoriale. Queste ultime sono rimaste a «Raitalia», il cui direttore, Badaloni, è gerarchicamente dipendente dal Direttore generale della RAI. La NewCo è invece una società a sè, cui è stata assegnata la missione di diffondere la conoscenza del sistema televisivo RAI, *in primis* di «Raitalia», attraverso accordi, contratti e di migliorare la qualità del segnale (aspetto, come si sa, rilevante, che ha rappresentato un punto essenziale del negoziato per il nuovo contratto). Svolgendo tutte queste attività per conto della RAI e avendo da essa ricevuto una missione, siamo un servizio pubblico. Così ad esempio, il dottor Celsi, che è responsabile dell'area commerciale, fino all'aprile 2008 ha svolto la sua attività in «Raitalia» e poi è passato, con l'intera struttura da lui diretta, a NewCo Rai International. Tutto questo è servizio pubblico, essendo a servizio della RAI, e non è *business oriented*. Abbiamo avuto dalla RAI la missione di seguire tutte

le attività che riguardano la migliore trasmissione e diffusione dei segnali RAI in tutto il mondo, e questa è una attività che facciamo nell'ambito di un *budget* assegnatoci dalla RAI a tal fine. Le persone sono retribuite secondo il *budget*: siamo nel pieno del servizio pubblico.

Oltre a questo ci è stato consentito, nella nostra autonomia aziendale, di arricchire il *bouquet* con nuovi canali tematici: a condizione di non portare alcun aggravio economico alla RAI. Volendo creare il canale «YES Italia» sul turismo, abbiamo dovuto contattare soggetti come le Regioni, redigere un *business plan*, effettuare una valutazione dei costi; possiamo guadagnarci oppure chiedere un piccolo intervento dalla RAI.

Per quanto riguarda «Telelatino», è uno dei punti essenziali che abbiamo bisogno di un coordinamento: non si può fare con la mano destra una cosa e con la sinistra un'altra.

PRESIDENTE. Vi fate concorrenza da soli!

MALESANI. Il senatore Giordano ha detto una cosa che è sotto gli occhi di tutti. Occorre un momento di coordinamento generale all'interno della azienda: è emerso molto chiaramente dal Consiglio di amministrazione precedente. Un consigliere, che ci ha convocati per chiederci una serie di valutazioni, so che porterà all'attenzione del nuovo consiglio il problema per effettuare una razionalizzazione. Noi sosteniamo che non devono essere 23 – come pare siano – i soggetti in RAI che si occupano di relazioni internazionali.

Quanto ad Al-Baraka, il nostro obiettivo era quello che abbiamo ottenuto: di ridurre drasticamente la presenza e di arrivare ad una completa responsabilità nella gestione da parte di NewCo Rai International. Siamo partiti nell'aprile del 2008: in un anno siamo arrivati a fare a meno di Al-Baraka in America latina; anche in Australia portiamo autonomamente il segnale, lasciando ad Al-Baraka la gestione commerciale, non essendo ancora pronti.

In America del Nord, avevamo una situazione per la quale Al-Baraka, fino al 2011, era comunque su satellite e non su cavo. Abbiamo cercato, dunque, di omologare le due presenze entro il 2011. D'altra parte, il Nord America presenta una situazione complessa.

Potete accusarci di avere fatto troppo poco o troppo. Io ho presentato al Consiglio di amministrazione questa proposta, che ho difeso con tutta la forza della mia direzione perché, da una parte, dovevo far crescere NewCo Rai International rispetto a dipendenze esterne, ma dall'altra dovevo avere il segnale assicurato senza correre il rischio di interruzioni. Signor Presidente, per arrivare a questa soluzione, che io considero assolutamente decente, mi sono esposto in prima persona.

Per quanto riguarda gli eventi sportivi, effettivamente vorremmo diffondere all'estero il canale Rai Sport. Oltre ai grandi avvenimenti sportivi, ci sono tante cose da raccontare del nostro sport; la realizzazione di un canale tematico dedicato rappresenta uno dei nostri obiettivi. Ho già fatto

riferimento al canale dedicato agli immigrati, la cui realizzazione però risulta ancora piuttosto problematica.

Per quanto riguarda i diritti d'autore, non me ne voglia il senatore Micheloni, ma purtroppo non ho soluzioni: è il motivo per cui ormai vengono criptati molti programmi, eventi sportivi ma anche documentari o parti di essi. Vi sono problemi anche per i diritti di alcuni spezzoni dei documentari di Piero Angela, che sono stati acquistati dalle varie case che producono approfondimenti.

Posso solo auspicare una politica completamente diversa da parte della mia azienda. Ad esempio, la Francia ha avviato una politica più attenta al riguardo (anche se non mancano i problemi; quella dei diritti d'autore è una questione mondiale), con un diverso approccio, di tipo politico-istituzionale, che valorizza con forza la propria presenza all'estero. Io posso assicurare che da parte nostra ci sarà una maggiore attenzione che in passato.

MICHELONI (PD). Dottor Malesani, io ho avuto contatti con la televisione francese. Non so se risponda al vero la spiegazione che mi è stata data (per questo le chiedo la sua opinione), ma stando a quanto mi si dice i diritti d'autore verrebbero negoziati per bacino d'utenza. Se per l'Italia si fa riferimento al territorio nazionale con i suoi 60 milioni di abitanti, per l'Europa nessuno può chiedere alla RAI di pagare i diritti d'autore per mezzo miliardo di persone, posto che le trasmissioni RAI non sono viste da tutti.

Vorrei sapere, dunque, se è possibile avviare negoziazioni con le società che vendono i diritti, partendo dal presupposto di pagare per 64 milioni di italiani, cioè i 60 milioni residenti in Italia e i 4 milioni residenti in Europa. I dirigenti francesi mi hanno detto che di solito non si paga per tutta la popolazione europea.

È piuttosto difficile argomentare che un tedesco guarda la partita di calcio del Bayern contro il Milan con il commento in italiano.

Chiedo da tempo – forse il dottor Malesani ricorderà le discussioni svolte sul punto in seno alla Commissione di vigilanza Rai – se per caso non vi sia stato un grande disinteresse per questo problema da parte della Rai, una scarsa sensibilità nel trattare la questione dei diritti d'autore. Considerata la missione particolare di NewCo Rai International, vorrei sapere se è possibile immaginare un approccio diverso.

Ormai la situazione è difficilmente comprensibile da parte delle comunità italiane residenti all'estero. Si parla spesso di diffusione della cultura e della lingua italiana, eppure talvolta le trasmissioni culturali prodotte dalla RAI vengono criptate in Europa.

MALESANI. Come ho già sottolineato, in passato vi è stata sicuramente una scarsa considerazione al riguardo. Posso assicurare, però, che la questione è oggetto della nostra attenzione e del nostro dibattito interno. Sappiamo, infatti, che si tratta di un punto cardine: ovunque in Europa, quando incontriamo un italiano (sia il presidente della Commissione a

Bruxelles piuttosto che un ambasciatore), ci viene proposto puntualmente questo quesito, per sapere il motivo per cui non si riescono a vedere alcuni programmi, innanzi tutto quelli sportivi. Del resto, guardare la partita della propria nazionale con il commento in lingua straniera è cosa ben diversa dal guardarla ascoltando il commento in italiano, con il calore dei nostri giornalisti.

C'è un impegno costante per trovare idonee formule giuridiche: quella suggerita dal senatore Micheloni, di ragionare sul numero dei cittadini stranieri presenti nei vari territori, è una strada che probabilmente potrà aiutare a trovare una soluzione. In ogni caso, ribadisco che NewCo Rai International presta particolare attenzione alla questione.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Malesani per il prezioso contributo offerto ai lavori della Commissione.

Dichiaro conclusa l'audizione odierna e rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 14,55.

