



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 41

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

AUDIZIONE DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA RAI

57^a seduta: mercoledì 24 febbraio 2021

Presidenza del presidente BARACHINI

I N D I C E

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE Pag. 3 |

Audizione dell'Amministratore delegato della RAI

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore Pag. 3, 15,
28 e passim

MOLLICONE (FdI), deputato . 15, 30, 31 e passim

FEDELI (PD), senatrice 18, 31

BORDO (PD), deputato 19

VERDUCCI (PD), senatore 20

GASPARRI (FIBP-UDC), senatore 21, 31,
32 e passim

MARROCCO (FI), deputata 22

ANZALDI (IV), deputato 23

RICCIARDI (M5S), senatrice 23

GAUDIANO (M5S), senatrice 24, 36

AIROLA (M5S), senatore 24, 30, 33

L'ABBATE (M5S), senatrice 25

CAPITANIO (Lega), deputato 26, 36

BERGESIO (L-SP-PSd'Az), senatore 27

SALINI, Amministratore delegato della RAI . Pag. 4,
28, 30 e passim

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Europeisti-MAIE-Centro Democratico: Europeisti-MAIE-CD; Forza Italia Berlusconi Presidente-UDC: FIBP-UDC; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva-P.S.I.: IV-PSI; Lega-Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: L-SP-PSd'Az; MoVimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP-PATT, UV): Aut (SVP-PATT, UV); Misto: Misto; Misto-IDEA e CAMBIAMO: Misto-IeC; Misto-Liberi e Uguali: Misto-LeU; Misto+Europa - Azione: Misto+Eu-Az.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Partito Democratico: PD; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva: IV; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-Centro Democratico-Italiani in Europa: Misto-CD-IE; Misto-L'Alternativa c'è: Misto-L'A.C'È; Misto-Cambiamo!-Popolo Protagonista: Misto-C!-PP; Misto-Noi con l'Italia-USEI-Rinascimento ADC: Misto-NcI-USEI-R-AC; Misto-Azione+Europa-Radicali Italiani: Misto-A+E-RI; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Europeisti-MAIE-PSI: Misto-EUR-MAIE-PSI.

Interviene l'amministratore delegato della RAI, dottor Fabrizio Salini, accompagnato dal dottor Roberto Ferrara, direttore dello staff dell'amministratore delegato e direttore generale corporate, dal dottor Stefano Luppi e dal dottor Lorenzo Ottolenghi, rispettivamente direttore e vice direttore dell'ufficio relazioni istituzionali della RAI.

I lavori hanno inizio alle ore 20,40.

(Si approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna, per quanto concerne l'audizione all'ordine del giorno, sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso, la trasmissione in diretta sulla *web tv* della Camera dei deputati e, in differita, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

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

Audizione dell'Amministratore delegato della RAI

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dell'Amministratore delegato della RAI.

Saluto e ringrazio l'amministratore delegato della RAI, dottor Fabrizio Salini, per la disponibilità a intervenire nella seduta odierna. L'Amministratore delegato è accompagnato dal dottor Roberto Ferrara, direttore dello staff dell'amministratore delegato e direttore generale *corporate*, dal dottor Stefano Luppi e dal dottor Lorenzo Ottolenghi, rispettivamente direttore e vicedirettore dell'ufficio relazioni istituzionali della RAI.

Ricordo che, secondo quanto stabilito dalla Giunta per il Regolamento del Senato, in considerazione della situazione di emergenza epidemiologica in corso, per l'audizione odierna è consentita la partecipazione ai lavori dei componenti della Commissione con collegamento in videoconferenza.

L'audizione del dottor Salini, programmata da tempo, ha ad oggetto numerosi argomenti e problematiche, a cominciare dallo stato di attuazione ed evoluzione del piano editoriale industriale, con particolare riferimento alla sua sostenibilità finanziaria, alla luce delle preoccupanti difficoltà di bilancio che, emerse anche in tale sede, sono state confermate dal

Ministro dell'economia nella sua audizione dell'11 novembre 2020. Ulteriori tematiche utili da approfondire attengono alle prospettive legate alla fase finale del mandato del Consiglio di amministrazione, alla mancata inclusione della RAI nel progetto di piattaforma digitale varata dal Ministero per i beni e le attività culturali, per il rilancio e il sostegno del mondo della cultura, oggetto peraltro di una missiva che ho inviato allo stesso ministro Franceschini. Sono poi richiesti aggiornamenti sullo stato di attuazione delle risoluzioni, dato che diversi profili di tali atti di indirizzo non sono stati ancora pienamente recepiti. L'audizione odierna sarà utile anche per acquisire elementi conoscitivi in merito al prossimo Festival della canzone italiana di Sanremo, la cui realizzazione quest'anno si confronta con problematiche rese peculiari dalla perdurante fase di emergenza sanitaria. Infine, non da ultimo per importanza, l'odierna audizione rappresenta l'occasione per acquisire anche i necessari chiarimenti in merito a numerosi e recenti episodi di tenore negativo che hanno investito trasmissioni o attività del servizio pubblico, sui quali la Commissione ha già avuto modo di intervenire tramite audizioni o apposite specifiche iniziative, oltre che con gli atti di sindacato ispettivo promossi dai suoi componenti.

Come di consueto, dopo un intervento introduttivo da parte del dottor Salini, seguiranno i quesiti da parte dei Gruppi, che avranno a disposizione sessantacinque minuti così ripartiti: MoVimento 5 Stelle, Lega, Forza Italia e Partito Democratico dieci minuti ciascuno; Misto, Fratelli d'Italia, Italia Viva, LeU Camera e Autonomie cinque minuti ciascuno. Successivamente l'Amministratore delegato avrà la possibilità di replicare ai quesiti. Cedo quindi la parola all'amministratore delegato Salini per la sua esposizione introduttiva.

SALINI. Signor Presidente, onorevoli componenti della Commissione di vigilanza, sono onorato di essere qui oggi per testimoniare il proseguimento di un rapporto di collaborazione istituzionale che ha connotato il mandato fin dall'inizio. Cogliendo l'invito del presidente Barachini, torno a relazionarvi sull'attuale stato del servizio pubblico.

Quando l'attuale consiliatura si è insediata, a metà del 2018, abbiamo fissato come obiettivi prioritari il rafforzamento della competitività dell'Azienda in un mercato in rapido cambiamento, ponendo al centro di ogni attività la missione di servizio pubblico. Le prime azioni su cui ci siamo concentrati sono state la digitalizzazione, l'articolazione per generi e il ringiovanimento del *target*, obiettivi che abbiamo trasferito nel piano industriale. A marzo 2019 questi obiettivi, con l'approvazione del piano, sono diventati azioni. Nel corso dei mesi è stata messa a punto e riformulata l'offerta di RaiPlay, con maggiore attenzione a tutti i *target*; è nata la direzione distribuzione, sono state create alcune importanti direzioni di genere, sono stati avviati nuovi canali, è stata riattualizzata la centralità della radio.

L'arrivo della pandemia ha visto l'Azienda rivedere repentinamente le priorità per rafforzare il servizio a tutti i cittadini durante una crisi im-

prevedibile e impensabile. Abbiamo mantenuto l'impegno sui capisaldi del piano industriale e abbiamo scelto di accelerare l'avvio di nuove produzioni, concentrandoci in particolare su cultura e scuola. Tutto questo a livello economico è stato realizzato nel perimetro di un bilancio in pareggio nel 2018 e nel 2019. Nonostante gli effetti economici della pandemia, che ha visto la quasi totalità dei *public service media* europei subire impatti negativi, ci avviamo a chiudere anche il 2020 in sostanziale pareggio. Un risultato non scontato, avvenuto in un contesto in cui l'EBU, l'Associazione internazionale dei servizi pubblici radiotelevisivi, a giugno scorso aveva stimato che la crisi avrebbe prodotto ricadute negative sui bilanci 2020 di quasi tutti i servizi pubblici europei. Grazie a una gestione attenta ai costi e alle azioni di contenimento messe in atto, la RAI è riuscita invece a limitare l'impatto della crisi.

Ci tengo a ringraziare per la fattiva collaborazione istituzionale questa autorevole Commissione, grazie alla quale è stato possibile aprire un confronto costruttivo con l'azionista, che ha portato all'inserimento in legge di bilancio di una norma che elimina il cosiddetto prelievo del 5 per cento che veniva applicato sui ricavi da canone, restituendo a RAI parte di quello che i cittadini pagano per il servizio pubblico e che veniva precedentemente trattenuto dallo Stato.

Attraverso tale provvedimento, mentre precedentemente la RAI percepiva 74 dei 90 euro che il cittadino pagava per il canone di abbonamento, ora ne arriveranno 77, quindi circa l'86 per cento di quanto versato. È una cifra, comunque, lontana dai 200 milioni ai quali si arriverebbe se fosse riportato in RAI anche l'intero extraggettito, che consentirebbe all'Azienda di contare su risorse in linea con gli impegni che deve assolvere stando a quanto stabilito nel Contratto di servizio.

Anche il 2021 sarà un anno particolarmente impegnativo per l'Azienda. Sono previsti maggiori investimenti che abbiamo scelto di destinare a grandi eventi sportivi – differiti a causa della pandemia – associati al mantenimento costante degli investimenti in cinema, *fiction*, cartoni e documentari e al forte incremento dell'offerta digitale, che ha richiesto maggiore impegno per l'ammodernamento tecnologico e la produzione dei contenuti. A ciò si aggiunge il perdurare degli effetti della crisi economica che porta a una riduzione dei ricavi, in particolar modo quelli pubblicitari e derivanti dai canoni speciali sui quali c'è un attento monitoraggio alla luce delle gravi difficoltà che hanno colpito alcune delle categorie interessate.

Nel difficile contesto della pandemia, il *budget 2021*, proseguendo e intensificando quanto già attivato nel corso del 2020, prevede rilevanti interventi di razionalizzazione dei costi operativi per altri 70 milioni di euro. Complessivamente nel biennio 2020-2021, RAI prevede di conseguire ben 180 milioni di risparmi rispetto alle stime in continuità. Considerando anche i positivi effetti della riforma della modalità di assegnazione alla RAI del cambio di abbonamento, il risultato netto di *budget 2021* (-57 milioni di euro) è in miglioramento rispetto al *budget 2020*.

La posizione finanziaria netta 2021, grazie agli interventi sulla gestione operativa, è stimata in riduzione di oltre 180 milioni di euro rispetto alle tendenze inerziali e in miglioramento di circa 20 milioni rispetto al piano industriale 2019-2021, che ovviamente non considerava i negativi impatti della pandemia sulla gestione. Nonostante le tensioni delle variabili economico-finanziarie, il *budget* 2021 conferma tra i propri obiettivi la salvaguardia della competitività dell'offerta multiplatforma, l'accelerazione del processo di sviluppo tecnologico e l'implementazione delle nuove attività previste dal contratto di servizio.

Alla luce di questo, come dicevo, siamo intervenuti e stiamo intervenendo riducendo in modo significativo i costi di funzionamento e attuando anche una politica di tagli ai compensi esterni. A titolo esemplificativo, i costi esterni relativi a *staff* e servizi risultano in riduzione di circa 10 milioni di euro rispetto all'ipotesi del piano industriale. Allo stesso modo, i costi esterni della produzione televisiva evidenziano nel *budget* 2021 un risparmio di oltre 5 milioni, sempre rispetto al piano, grazie a una spinta di politica di internalizzazione della fase realizzativa dei programmi e a un migliore livello di utilizzazione delle professionalità interne.

Sul fronte del personale interno, l'Azienda ha continuato a investire sulla valorizzazione delle risorse sempre mediante una gestione attenta e rigorosa che ha consentito di riportare il costo del lavoro 2020 ai valori del 2018. Nel biennio 2019-2020 sono state stabilizzate, infatti, circa 450 risorse con precedenti contratti a termine. È stato sottoscritto un importante accordo con i giornalisti che ha portato al riconoscimento del contratto giornalistico per 220 risorse, di cui 125 precedentemente utilizzate con contratti di collaborazione ed è stata avviata la stabilizzazione di 161 lavoratori autonomi tra quadri, impiegati e operai.

Oltre alla stabilizzazione, sono state avviate due importanti selezioni. La prima è per l'assunzione di 90 giornalisti da inserire nelle sedi regionali e una seconda selezione per l'assunzione di 80 figure produttive per i comparti tecnici. Nel 2021, nonostante il complicato contesto economico, proseguiranno le politiche di stabilizzazione e di assunzione secondo i piani previsti.

In aggiunta a quanto già pianificato e in ragione di una nuova manovra di incentivazione all'esodo, nata anche come risposta alle richieste avanzate dalle rappresentanze sindacali dei lavoratori, sarà possibile avviare, nel corso di quest'anno, nuove iniziative selettive grazie alle quali poter inserire i profili professionali maggiormente in linea con le trasformazioni in atto. Tale manovra di incentivazione consentirà, infine, di intervenire positivamente sul contenimento del costo del lavoro sia per il 2021 che per gli anni successivi.

In questi mesi la RAI si è preparata ad accompagnare e a raccontare la rinascita del Paese. Lo faremo con le risorse che abbiamo previsto, con i programmi che stiamo preparando e con i progetti del piano industriale. A proposito del piano, è bene ricordare che l'emergenza Covid ha parzialmente congelato il proseguimento delle operazioni di trasformazione dell'Azienda in un'organizzazione per generi, anziché per canali. Si tratta di

riperimetrazioni di ambiti e competenze, operazioni estremamente complesse che richiedono grande attenzione e un movimento sincrono di tutti gli attori coinvolti. Si tratta di un'operazione assai complessa perché presuppone un confronto diretto e una condivisione anche con tutte le risorse umane che attualmente, per tutelarne la salute e la sicurezza, operano in gran parte a distanza.

Voglio, però, essere chiaro: l'attuazione del piano industriale resta un obiettivo prioritario per un'azienda che ha assoluto bisogno di rinnovarsi e innovare da un punto di vista di organizzazione e – sebbene in parte lo stia già facendo – anche sul versante dei contenuti. Per questo, nonostante le difficoltà e coerentemente anche con i dettami del Contratto di servizio, nell'arco degli ultimi mesi abbiamo dato il via al genere documentari, già operativo secondo la missione affidatagli; abbiamo avviato la direzione «Nuovi formati»; stiamo proseguendo nell'implementazione del canale istituzionale in lingua inglese; è partita una forte accelerazione al completamento del processo di digitalizzazione con il lancio del nuovo portale informativo, che ci metterà finalmente al pari con i tempi, cancellando il ritardo significativo; c'è stata la partenza di RaiPlay *Sound* - che abbiamo presentato stamani – e la programmazione su tutti i canali e su RaiPlay di contenuti già prodotti sull'alfabetizzazione digitale.

In questi anni il servizio pubblico ha dimostrato di essere in grado di cambiare paradigma, linguaggi, organizzazioni e contenuti. Ha dato prova di essere all'altezza delle grandi innovazioni che interessano il settore radiotelevisivo e di rispondere in modo tempestivo alla crisi restando vicino ai cittadini e alle loro esigenze: esattamente la strategia del piano industriale approvato da questa consiliatura.

Aumento delle produzioni interne, ringiovanimento del *target* e una rinnovata centralità del servizio pubblico, testimoniata da dati di gradimento e ascolto in costante crescita, sono stati i fondamenti di questa strategia.

Il processo di internalizzazione è in costante crescita. Per fare un esempio, su Rai Uno, nel periodo autunnale 2020, abbiamo registrato un incremento di produzioni interne rispetto all'anno precedente di oltre il 25 per cento nei quattro centri di produzione di Torino, Milano, Roma e Napoli. Sono tutte interne le produzioni di RAI Ragazzi e RAI Cultura, anch'esse comunque quantitativamente in crescita rispetto allo scorso anno. Il 2019 e il 2020 hanno visto un progressivo ringiovanimento del *target*: nel 2019 la RAI è stata il servizio pubblico europeo più seguito nella fascia di età quindici-ventiquattro anni e nel 2020 la platea RAI si è ringiovanita di 0,4 anni senza considerare i dati di RaiPlay di cui parlerò tra poco.

Rai Uno registra nel 2020 i migliori tassi di crescita sulle fasce più giovani della popolazione tra i quindici e i ventiquattro anni, storicamente i più difficili da attrarre dalla prima rete RAI (più 1,32 per cento in *prime time* e più 1,64 nell'intero giorno, segnale evidente di un grande lavoro di ringiovanimento dei contenuti e dei linguaggi e, dunque, di riposizionamento).

In questi mesi durissimi la RAI si è messa ancor di più al servizio del Paese. La cultura dà il senso al servizio pubblico, lo identifica, lo rappresenta e dall'inizio del mio mandato proprio la cultura è stata messa al centro dell'offerta RAI con una strategia che ha previsto anche un nuovo portale dedicato e con nuove produzioni originali.

Nel periodo di crisi la RAI ha rafforzato la programmazione di teatro, musica e letteratura inserendo nuove fasce di programmazione e nuove produzioni in esclusiva, anche in prima serata. A solo titolo di esempio, RAI 5 e RaiPlay hanno trasmesso in esclusiva trenta *pièce* teatrali del Teatro Alla Scala, una selezione dei migliori spettacoli degli ultimi anni tra opere, balletti e concerti.

Nel 2020 RAI 5 ha prodotto in totale 584 ore, di cui 358 di rubriche culturali e 226 di musica e prosa incrementando notevolmente l'impegno rispetto al 2019.

RAI Storia ha prodotto 548 ore incrementando anch'essa offerta e produzione rispetto all'anno precedente.

Per il 2021 RAI Cultura conferma lo stesso impegno produttivo del 2020 con un'offerta editoriale televisiva e crossmediale inclusiva, contemporanea e identitaria con l'obiettivo specifico di rappresentare, in qualità di servizio pubblico, un supporto concreto alle esigenze poste dalla grave crisi pandemica in atto, lasciando virtualmente i sipari sempre aperti in un periodo storico in cui sono stati costretti alla chiusura.

Ricordo, a questo proposito, «Ricominicio da Raitre», un *format* originale in prima serata, pensato proprio per sostenere e dare la possibilità di esibirsi a molte realtà dello spettacolo dal vivo bloccate dal *lockdown*. L'impegno della RAI è costante, basti pensare alla Prima della Scala (vista da oltre 2,6 milioni di spettatori su Rai Uno), all'eccezionale *Barbiere di Siviglia* su Rai Tre, firmato da Mario Martone, al Teatro dell'Opera di Roma e in occasione del 120° anniversario dalla nascita di Eduardo De Filippo, alla riedizione di *Natale in Casa Cupiello*, con oltre 5,5 milioni di spettatori.

L'aver portato nelle case degli italiani, a un pubblico trasversale grandi opere culturali, rappresenta un motivo di orgoglio e soddisfazione di tutta la RAI, non solo per l'apprezzamento che ci è arrivato, da pubblico e critica, ma anche perché ha contribuito a dare un segnale forte a un'industria, quella culturale, che ha sofferto enormemente e più di altre la crisi generata dalla pandemia. In questo senso ritengo che la RAI abbia confermato la sua centralità in un'ottica di sistema Paese.

Non appena la pandemia ha avuto i suoi effetti sul mondo della scuola, siamo stati da subito al fianco delle famiglie, degli studenti e delle istituzioni e in prima linea con la didattica a distanza, mettendo a disposizione il nostro palinsesto e le nostre strutture produttive.

Nell'ambito della convenzione con il Ministero dell'istruzione, la RAI ha prodotto il nuovo programma «Maestri», oltre a riformulare l'intera offerta pomeridiana con la campagna RAI con gli studenti.

Nel 2020, RAI Scuola ha prodotto 310 ore e a partire da aprile il canale ha sostenuto un notevole sforzo per incrementare l'offerta con programmi destinati agli studenti nel periodo delle scuole chiuse.

La RAI è stata in prima linea anche nel proporre intrattenimento intelligente per i ragazzi, con i canali RAI YoYo e RAI Gulp, con una pronta azione di supporto a bambini e famiglie. La programmazione ha fornito informazione con un linguaggio adatto ai più piccoli, educazione con i programmi scolastici e divertimento per contribuire a superare l'isolamento e lo *stress*.

Il 17 marzo è partito «Diario di casa», una nuova produzione interna in onda anche su Rai Uno, per spiegare ai bambini la pandemia con un linguaggio semplice e adatto alla loro età.

Sottolineo ancora una volta la data, il 17 marzo, una settimana dopo l'inizio del *lockdown*; un risultato che testimonia la straordinaria capacità e abnegazione dei dipendenti della RAI che hanno gettato il cuore oltre l'ostacolo. In quei giorni difficili ho visto il comprensibile smarrimento che pervadeva tutti noi, ma questo smarrimento è stato superato dalla voglia di essere all'altezza della missione del servizio pubblico. La RAI è stata una, compatta, operativa, al servizio del Paese e delle istituzioni.

Altra produzione interna su RAI Gulp, che mi piace ricordare, è stata la «Banda dei fuoriclasse», tre ore di diretta quotidiana, da aprile a giugno, ripartita poi a settembre scorso, contributo alla didattica per quei ragazzi che non hanno facile accesso alla DAD. Anche in questo caso si è trattato non di produzioni create in modo estemporaneo, ma dei frutti di una strategia. La RAI si è fatta trovare pronta perché è l'editore del più seguito canale per bambini nel mercato italiano (mi riferisco a RAI YoYo) e i dieci programmi più visti nel 2020 sui canali per ragazzi in Italia sono tutti trasmessi dalla RAI. Inoltre, grazie a RaiPlay i titoli di RAI per i ragazzi sono stati tra i più seguiti anche *on demand*.

Gli investimenti della RAI nella produzione di cartoni e serie per ragazzi sono stati pari a circa 21,6 milioni di euro nel 2020, in crescita rispetto ai 20 milioni dell'anno precedente e ai 16 milioni del 2018. Nonostante le attuali criticità economiche, in considerazione dell'importanza del settore ragazzi per il servizio pubblico e a sostegno dell'industria audiovisiva indipendente, gli investimenti del 2021 sono previsti in linea con quelli dello scorso anno.

Quello di aprirsi ancor di più ai giovani è uno sforzo crescente che abbiamo fatto dal primo giorno della consiliatura ed è stato questo il senso fondamentale del riposizionamento e del rilancio di RaiPlay, che oggi è la principale piattaforma italiana per contenuti culturali, con circa un terzo del suo catalogo che include documentari, opere teatrali, musica, opera, danza e altri titoli di *performing art*.

RaiPlay è veramente l'espressione di un grande progetto innovativo della RAI: è offerta, produzione originale e coinvolgimento di un pubblico che, come TV generalista, facevamo una dannata fatica a intercettare. RaiPlay è un successo quotidiano di tutta la RAI, è un investimento per il futuro e – ripeto – ha l'unicità di creare contenuti originali con un'offerta

che non ha eguali nel panorama internazionale. Nel 2020 ha raggiunto 1,24 miliardi di visualizzazioni complessive, con 100 milioni di video visti in media ogni mese, in crescita dell'80 per cento rispetto al 2019. Al 31 dicembre 2020 gli utenti di RaiPlay hanno raggiunto quota 17,2 milioni totali, a cui si aggiungono 3,5 milioni di *smart TV* utilizzate dalle famiglie italiane per collegarsi alla piattaforma.

Il profilo demografico del pubblico di RaiPlay mostra un sostanziale equilibrio di genere e una quota molto rilevante di pubblico giovane (compreso tra i 15 e i 44 anni di età), pari a circa il 45 per cento, insieme alla concentrazione sul *target* di età compresa tra i 45 e i 54 anni. Metà del pubblico di RaiPlay ha meno di 44 anni di età e il 34 per cento meno di 34.

Con oltre 4.000 titoli, 600 documentari, 246 titoli di teatro e 300 di musica, film e contenuti per ragazzi, RaiPlay è davvero di tutti e per tutti, capace di raggiungere il pubblico digitale ed essere perfettamente complementare al pubblico televisivo generalista, con prodotti di alfabetizzazione digitale per non lasciare indietro nessuno.

Proprio per rafforzare l'inclusione, questa consiliatura ha dato vita a RAI per il Sociale. Si tratta di una nuova struttura, fiore all'occhiello dell'Azienda, la cui *mission* è quella di raccogliere le indicazioni, le sollecitazioni e le suggestioni del mondo dell'associazionismo e di tutte quelle categorie che chiedono attenzione e ascolto, facendone messaggio di coinvolgimento e inclusione allo scopo di rafforzare il senso collettivo di appartenenza e comunità.

Nel 2020 la RAI ha sostenuto oltre 100 associazioni impegnate nella solidarietà attraverso raccolte-fondi, *spot* e campagne di sensibilizzazione. È lo stesso mondo dell'associazionismo ad attestare che gli spazi sulle reti RAI valgono i tre quarti delle loro raccolte fondi. Questa è una nostra forma di supporto essenziale al terzo settore.

RAI per il Sociale ha prodotto oltre 120 ore di contenuti di alfabetizzazione digitale. Tra le varie produzioni ricordo la serie «Prepararsi al futuro» di Piero Angela, andata in onda su RAI Premium e RaiPlay, «ConverseRai» (conversazioni con donne e uomini esperti per capire argomenti complessi e attuali), la serie «Domande snack» sui percorsi formativi su RaiPlay, Digital Life, *podcast* e approfondimenti su RAI Radio, nonché il recente «Young Stories».

Negli ultimi due anni abbiamo avviato nuovi progetti e generato nuove energie per una crescente attenzione alla cura del pianeta, con campagne sociali e *media partnership* volte al sostegno di eventi e iniziative sul territorio nel campo della sostenibilità. In particolare, a partire dal mese di ottobre è iniziata una campagna di servizio pubblico con 17 *spot* ispirati ai 17 *goals* dell'Agenda 2030 in onda all'interno dei programmi RAI, al fine di sensibilizzare i cittadini sulla possibilità di vivere una realtà sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.

Nella riunione del 28 gennaio scorso il Consiglio di amministrazione ha preso visione del primo piano di sostenibilità del gruppo RAI 2020-2022. Il documento rappresenta un ulteriore passo di RAI e delle società

controllate nel perseguimento dei 17 obiettivi di sostenibilità fissati dall'Agenda 2030 dell'ONU. Il contributo che si è da tempo attivato sul fronte editoriale, volto a determinare una crescente diffusione della cultura sostenibile, costituisce un fattore di rilievo per un pieno compimento della missione di servizio pubblico.

Tuttavia, per essere del tutto credibile nel perseguimento di queste finalità, è necessario che il gruppo RAI, nello svolgimento di ogni attività di produzione, investimento, supporto e *corporate*, adotti comportamenti improntati, coerenti e armonici con la crescita dei livelli di sostenibilità. Questo obiettivo rappresenta il fulcro centrale della costruzione di tale piano di sostenibilità composto di 79 progetti, raggruppati in 6 aree di intervento denominate pilastri e all'interno di uno schema che identifica per macro iniziative gli obiettivi da perseguire, gli *stakeholder* coinvolti, lo stato di avanzamento e i relativi responsabili.

L'offerta della RAI è inoltre la più accessibile, con 17.800 ore di programmi sottotitolati per non udenti e 4.072 ore con audio-descrizione nel 2020. Il Contratto di servizio prevede di sottotitolare almeno l'85 per cento delle reti generaliste e lo scorso anno la RAI è arrivata a oltre il 90 per cento. Nel 2020 sono aumentate le edizioni dei TG regionali con sottotitoli LIS e contenuti LIS specifici anche per il *target* ragazzi.

Abbiamo istituito l'Ufficio studi, la cui missione prevista nel contratto di servizio è quella di analizzare gli scenari per metterli a disposizione della RAI del futuro. Si tratta di un compito fondamentale per un'azienda che intende avere visione e ambizioni e non badare soltanto al passo che muove ogni giorno. Proprio il prezioso lavoro dell'Ufficio studi ha portato alla pubblicazione di un volume importante sulla coesione sociale che analizza obiettivi, norme e pratiche della RAI e dei principali *public service media* europei e internazionali, individuando una griglia di analisi per rendere il concetto di coesione sociale operativo, attuabile nelle politiche aziendali e monitorabile.

Coesione sociale e alfabetizzazione digitale sono concetti su cui vorrei spendere ancora qualche parola per capire non tanto dove siamo, ma dove la RAI deve arrivare, avendone – io credo – tutte le possibilità. I *broadcaster* pubblici hanno il mandato di non lasciare indietro nessuno e, mentre testano le nuove piattaforme, devono assicurarsi che il proprio pubblico sia in grado di fare il grande salto con loro. In questo modo svolgono una funzione strategica di alfabetizzazione digitale per tutto il Paese.

Il progressivo allontanamento del pubblico giovane che, in questa fase, accompagna tutti i principali servizi pubblici non è soltanto problematico ai fini della competizione sui numeri, ma rappresenta anche una forte contraddizione rispetto alla missione di coesione sociale del servizio pubblico radiotelevisivo, ovvero ricomporre le famiglie al loro interno e, insieme a esse, il tessuto sociale, mentre la platea televisiva si va sempre più frammentando.

La trasmigrazione digitale è per i servizi pubblici un processo di promozione delle proprie piattaforme digitali pubbliche e di alfabetizzazione

digitale teso a supportare quelle fasce di pubblico in ritardo di fronte alla trasformazione per ragioni sia tecnologiche, che di competenza.

Un aspetto decisivo di questo processo è proprio la promozione di coesione sociale, ovvero l'attivazione di strategie di riconciliazione e tessitura della frammentazione. È un ruolo che i servizi pubblici svolgono da sempre e fa parte della loro missione strutturale, ma che in questa fase di trasformazione assume ancor più rilevanza. Si tratta di svolgere una funzione di rete, presenza e accompagnamento che, all'interno dell'offerta di programmi, leghi famiglie, generazioni, generi e diverse aree del Paese con narrazioni coesive, identitarie e al tempo stesso rispettose della diversità.

Si tratta di obiettivi di grande complessità da sempre alla base della missione dei servizi pubblici, che la trasformazione digitale rilancia costringendo le aziende a un grande passo in avanti editoriale, tecnologico e organizzativo. Tale passo in avanti richiede certezze normative e gli investimenti richiesti dalla trasformazione digitale devono essere garantiti da risorse certe che solo un sistema basato sul finanziamento pubblico può garantire.

Un altro tema centrale su cui la RAI si sta impegnando con tutte le sue forze è la parità di genere. È di lunedì scorso l'avvio della *main media partnership* a sostegno di «Women 20» (W20), l'*engagement group* del G20 specializzato in tema di *empowerment* femminile.

Il servizio pubblico darà supporto a «Women 20», con tutte le sue piattaforme editoriali in linea, con l'impegno che nell'ultimo anno ha visto l'Azienda avviare progetti nell'ottica dell'equilibrio di genere sia sul fronte del contenuto, sia su quello gestionale.

Il nostro impegno per la parità di genere parte da un assunto molto chiaro: non ci accontentiamo dei risultati raggiunti finora, che pure testimoniano una crescente attenzione verso queste tematiche. Sappiamo che dobbiamo e vogliamo fare di più e non fermarci o lasciarci fermare da errori singoli e inciampi, consapevoli che è solo con un'azione costante e di lunga durata che raggiungeremo risultati significativi. Per questo è al lavoro un tavolo interdirezionale sul *gender gap*, per definire un piano strategico di equilibrio interno. Abbiamo messo a punto un corso di *gender etiquette*, finalizzato al superamento degli stereotipi di genere. Abbiamo lanciato la campagna «Senza donne non se ne parla» in adesione alla campagna della Commissione europea «No Women, No Panel».

Si tratta di una serie di azioni che nel loro insieme hanno l'obiettivo di trasformare la RAI in modo finalmente sostanziale, senza più ritorni al passato. Superando carenze ed errori del presente, faremo in modo che la prima azienda culturale del Paese sia il volano della parità di genere. È un percorso virtuoso sul quale non intendiamo fare sconti, perché l'obiettivo è la costruzione di una società paritaria.

Cultura, scuola, ragazzi, inclusione, coesione sociale, parità di genere, ma la RAI è soprattutto informazione: siamo *leader* per ascolti sia a livello nazionale che regionale. I dati di tutti i TG sono cresciuti nel 2020, RAI News è la rete *all news* più seguita, il TG1 è il TG più seguito,

abbiamo aumentato e aumenteremo ancora gli spazi di approfondimento informativo.

La qualità dell'informazione è garantita anche dal modo in cui la RAI assume i suoi giornalisti. Nel 2019 sono stati siglati due importanti accordi con le parti sociali per due significative iniziative: un concorso per novanta nuovi redattori per le sedi regionali e il riconoscimento del contratto giornalistico per numerose risorse delle reti che svolgono da tempo l'attività giornalistica.

Siamo in fase di definizione per il lancio del nuovo portale unico delle *news*; a breve sarà portato all'attenzione di tutte le componenti aziendali. Il portale è semplice, intuitivo e offrirà notizie nazionali e internazionali, con *focus* anche sulle realtà locali e valorizzerà i prodotti di tutte le testate giornalistiche della RAI.

La radio è sempre più centrale nel servizio pubblico ed è ormai innervata all'interno di tutta l'offerta. La storica sede di via Asiago è a tutti gli effetti uno dei poli produttivi multimediali all'avanguardia della RAI e, proprio per questo, abbiamo potuto avviare la *visual radio*, simbolo della rivoluzione digitale multicanale con consensi e gradimenti in grande crescita.

L'offerta radiofonica del servizio pubblico è oggi la più completa e ricca del panorama italiano. Dodici canali su una piattaforma interamente fruibile su tutti i supporti digitali, cinque canali generalisti e di servizio e sette specializzati.

Questa mattina abbiamo presentato RaiPlay Sound, la nuova piattaforma RAI dell'audio digitale, con l'obiettivo di essere *leader* anche nel settore del *podcasting* e dei contenuti audio digitali. RaiPlay Sound offrirà contenuti originali audio oltre che lo *streaming* e l'ascolto *on demand* delle radio RAI.

Nella *fiction* siamo il punto di riferimento del mercato, non solo abbiamo arricchito tipologie e generi di racconto, ma continueremo a farlo con nuovi titoli che seguono memoria, identità e innovazione. Lo abbiamo fatto anche con prodotti in esclusiva per RaiPlay. RAI Fiction ha una strategia di successo che non conosce pause; l'ultimo tassello vincente in onda è il grande risultato ottenuto da «Lolita Lo Bosco», con oltre 7,5 milioni di spettatori in prima serata su RAI Uno. Il successo di un nuovo titolo che si fonda sullo sforzo che la RAI sta affrontando anche in questo 2021 a sostegno dell'industria dell'audiovisivo italiano.

La RAI effettuerà, nel corso del 2021, circa 321 milioni di euro di investimenti complessivi nel comparto *fiction*, film, documentari e cartoni animati. A testimonianza dell'impegno della RAI a sostegno dell'industria dell'audiovisivo italiano, lo scorso giugno abbiamo attivato l'operatività della nuova direzione RAI Documentari, un progetto fondamentale e strategico per lo sviluppo del comparto documentaristico italiano. Uno dei generi più importanti del servizio pubblico ha trovato finalmente una casa in cui crescere e diffondersi per un'offerta plurale che va ad aggiungersi all'enorme e prestigioso lavoro che da anni sta facendo e continuerà a fare RAI Cinema.

A proposito di memoria, abbiamo rafforzato l'impegno verso la collettività e le istituzioni, ampliando le occasioni per ricordare e valorizzare l'eredità intellettuale e storica di personaggi illustri e grandi maestri.

Continuiamo ad essere in prima fila nel racconto di tutti gli *sport*, dando spazio anche alle discipline che, senza il servizio pubblico, non avrebbero visibilità. Sempre parlando di *sport*, abbiamo un'offerta per acquisire i diritti in chiaro per la trasmissione dei prossimi Mondiali di calcio per tornare nel solco della tradizione che, con un'unica eccezione, ha sempre visto RAI come *broadcaster* di questo evento.

Concludo questa introduzione riportando qualche altro elemento numerico. La rilevazione del gradimento e della qualità percepita che RAI effettua semestralmente in base al contratto di servizio mostra per il primo semestre 2020 dati in crescita per quanto riguarda il gradimento delle reti generaliste di Radio RAI, RaiPlay, RAI Ragazzi e dei TG. Sta inoltre finalmente migliorando la *corporate reputation*, con un indice complessivo in netta crescita rispetto alla rilevazione del semestre precedente, con 0,6 punti, un dato da considerarsi assai positivo, come anche l'indice di soddisfazione per l'attività di servizio pubblico che cresce di 0,5 punti.

Per quanto riguarda infine gli ascolti, la RAI è *leader* in tutti i generi, con indici positivi nella programmazione anche nel periodo di emergenza del *lockdown*.

La RAI si conferma, in un anno particolarmente caratterizzato da contenuti informativi e di servizio, ampiamente *leader* di mercato con il 35,3 per cento di *share* nelle ventiquattro ore e il 36 in prima serata.

RAI Uno si conferma anche nel 2020 il canale più seguito dagli italiani registrando il 16,5 per cento di *share* nelle ventiquattro ore e il 18,7 in prima serata.

In particolare, tra i contenuti più visti del 2020 nelle prime venti posizioni della classifica, i primi tredici sono stati di RAI Uno, che in totale occupa ben sedici posizioni su venti.

La RAI nel 2020 ha ottenuto sessanta premi nazionali e internazionali, con un incremento rispetto alle vittorie del 2019. È stata inserita tra le venti migliori aziende secondo il *Diversity Brand Index*, che misura la percezione di consumatrici e consumatori rispetto all'inclusività del *brand*.

Vi ho raccontato un'azienda che ha basato, negli ultimi tre anni, la sua strategia su temi come alfabetizzazione digitale, riduzione del *gender gap*, coesione sociale, ringiovanimento del *target*, inclusione, temi che sono orgoglioso di aver messo al centro della vita della RAI e che sono diventati la base su cui tutto il resto si innesta. RAI oggi marcia con gambe più moderne, veloci, agili, adatte al mondo contemporaneo e ha la forza e la capacità per uscire brillantemente dalla crisi che sta colpendo tutto il mondo.

Non finirò mai di ringraziare tutti i dipendenti, che sono il vero bene della RAI, che hanno seguito e fatto diventare realtà queste indicazioni e che nelle molte difficoltà sanno sempre mantenere la barra dritta sulla responsabilità che il servizio pubblico impone. Un esempio particolare di

tale impegno si è reso evidente con la recente produzione internazionale delle riprese televisive dei campionati del mondo di sci di Cortina dal 7 al 21 febbraio scorso, che ha visto impegnato il *team* produttivo interno che gestisce i grandi eventi sportivi per le fasi di preparazione e realizzazione della competizione. Tutto il personale ha operato sempre nel rispetto di rigidi protocolli, in condizioni ambientali particolarmente disagiati, assicurando risultati produttivi eccellenti.

Insieme, in questi trenta mesi abbiamo affrontato e superato momenti difficili e critiche, critiche che sono anche queste importanti e piene di valore e vi ringrazio per le osservazioni puntuali che costantemente portate alla nostra attenzione.

Da parte mia, sono abituato a vedere le cose senza alcuna polemica, anzi in modo costruttivo, a migliorare dagli errori, a prendere le critiche aspre e forti, che a volte posso non condividere, solo ed esclusivamente per trasformarle in stimoli per migliorare.

L'ho sempre fatto e, da amministratore delegato di un servizio pubblico come la RAI, ho sempre pensato che sia il modo giusto per fare davvero dei passi avanti.

Riguardo ai nostri errori, da valutare all'interno della nostra offerta che è composta di oltre 230.000 ore di programmazione annuale tra TV e radio, consentitemi di dire che non siamo diventati e non diventeremo mai infallibili ma sappiamo riconoscerli onestamente e sappiamo velocemente cosa fare, con rigore e nel più breve tempo possibile. Abbiamo procedure serie, accertiamo le responsabilità e chiediamo scusa: io, le direzioni e le strutture direttamente coinvolte. Lo faremo e continueremo a farlo perché è il nostro stile, perché la RAI è la casa di tutti ed è cura di tutti contribuire a renderla migliore senza sconti per nessuno, tantomeno per noi.

Continueremo a lavorare con pazienza, con scrupolo, con dedizione e diligenza, convinti di dover sempre operare nel rispetto delle tante persone che sono ogni giorno garanti del servizio pubblico e dei nostri cittadini che ci seguono.

PRESIDENTE. Ringrazio l'Amministratore delegato per l'ampia esposizione. Considerato il numero dei colleghi che si sono iscritti a parlare, chiedo a tutti i Gruppi di rispettare i tempi assegnati e propongo di raggruppare gli interventi per Gruppo, per dare una certa organizzazione al lavoro.

MOLLICONE (FDI). Signor Presidente, ringrazio l'Amministratore delegato dell'impresa compiuta, perché svolgere una relazione di questa lunghezza con la mascherina, forse dovrebbe farci riflettere sul fatto che per audizioni così importanti dovremmo prevedere almeno due sedute e tempi magari più umani per tutti: per l'Amministratore delegato ma anche per i commissari che vengono da dodici ore di Aula. Per carità, non facciamo i minatori, ci mancherebbe altro, quindi con grande umiltà e passione possiamo fare anche una seduta notturna, ma forse arrivare a discu-

tere di tutto il mondo RAI alle ore 21, dopo una relazione così intensa e così ricca di dati e statistiche molto precise, dovrebbe farci riflettere su come organizzare i lavori della Commissione. Non è un appunto critico, ma un contributo da opposizione costruttiva.

Entrando nel merito e nel cuore della sua relazione, come sanno i colleghi, noi abbiamo una fissazione relativa alla visione innovativa da lei citata. Ho apprezzato molto nella sua relazione la parte riguardante RaiPlay perché riteniamo che in un mercato dell'audiovisivo crossmediale e multivisione, l'unica azienda pubblica dello Stato italiano, finanziata con fondi dei cittadini, debba considerare centrale RaiPlay.

Abbiamo sottolineato questo aspetto anche nel piano strategico. Il Gruppo Fratelli d'Italia propose un emendamento, che fu approvato, che puntava allo sviluppo della piattaforma RaiPlay, per aggregare contenuti prodotti anche al di fuori della filiera RAI ma a cominciare dalla filiera RAI che lei ha citato (RAI Cinema, RAI Fiction, RAI Teche) aggregando contenuti di altri *competitor* nazionali per imporsi nel mercato europeo, o almeno provarci, ferme restando le economie di scala che conosciamo bene e il *budget*, con altri OTT (Over-The-Top Content). Non cito i nomi ma sappiamo tutti a chi faccio riferimento perché ce ne sono tanti: Disney, HBO e diversi altri. Tale mercato parte dal 2015 con circa 16 miliardi di dollari e arriverà entro il 2022 a 83 miliardi di dollari, con un incremento del 22 per cento su base annua, quindi si tratta di un mercato che, nonostante queste società siano definite macchine mangiasoldi, ha ancora grandi possibilità di crescita.

La mia domanda non riguarda RaiPlay perché ho apprezzato il suo riferimento inserito nell'ambito della prospettiva del piano industriale anche rispetto al blocco provocato dal Covid che ha cambiato tutti i palinsesti, ha cambiato la visione e ha in parte congelato il piano industriale, quindi lo comprendiamo e lo rispettiamo. Ci ha colpito, però, e lo abbiamo anche detto pubblicamente, la scelta singolare del Governo – che, come sappiamo, è il contraente del Contratto di servizio della RAI – di procedere con Cassa depositi e prestiti, addirittura facendo costituire un'altra società di Stato per scegliere una piattaforma che, per carità, nel mercato dell'audiovisivo è rispettabile, ma non è neanche lontanamente paragonabile a RaiPlay. Questa premessa è necessaria per capire se veramente, come abbiamo letto dai giornali, il confermato ministro Franceschini e il già ministro Gualtieri sono venuti da lei in qualità di amministratore delegato della RAI e le abbiano proposto di utilizzare RaiPlay come piattaforma per questa operazione. Questa è un'informazione importante ed è immaginabile la sua risposta, che comunque ci dirà lei, relativa alla necessità di modifica del Contratto di servizio, perché ovviamente RaiPlay rientra nell'offerta a canone della RAI, quindi per un prodotto che invece dovrebbe essere *on demand* e a pagamento immagino che probabilmente sarebbe necessaria una modifica del Contratto di servizio. Chiedo quindi se tale confronto c'è stato e se era questo il punto dirimente.

Inoltre, vorrei sottolineare e denunciare in questa sede che Chili di fatto è una piattaforma a pagamento a consumo, per cui se io vedo un film pago 4 euro, se ne vedo un altro pago altri 4 euro, cioè una formula di *business* che sinceramente ormai è superata, quasi da Blockbuster. Esprimo quindi grande perplessità e grande critica verso la scelta del Governo e vorrei capire se invece ci sono dei margini perché RaiPlay possa tornare, con una modifica del Contratto di servizio, ad essere centrale. Lei ha parlato anche di RaiPlay Sound, dandoci la grande notizia dello sbarco sul mercato del *podcasting* per diventarne, come ho letto, *leader* in poco tempo. Secondo noi questo è il futuro di RAI, come dimostra anche il portale RAI News. Si tratta di un tema per noi dirimente e molto importante.

Aggiungo velocemente alcune domande più tecniche e amministrative: la valorizzazione delle risorse interne è una chiave cui lei più volte ha fatto riferimento, anche ovviamente per Sanremo. Consideriamo che né Amadeus, che è un esterno, né i dirigenti possono pensare di gestire Sanremo in maniera di fatto privata perché si tratta dell'evento di punta della TV italiana e la RAI, come è sempre stato in passato, dovrebbe averne il controllo con la direzione artistica. In questo si inserisce, con la valorizzazione delle risorse interne, anche la salvaguardia delle sedi regionali RAI che spesso rimangono inattive e che hanno ad organico più di mille persone. Quindi, per quanto riguarda Sanremo, vorrei sapere se, come dice anche il direttore di RAI Uno Coletta, si pensa di reinternalizzare la direzione artistica dopo le polemiche di quest'anno, in generale, per la valorizzazione delle risorse interne e delle sedi regionali.

Inoltre, per quanto riguarda i protocolli di sicurezza di Sanremo, vorrei sapere se c'è stato dialogo con le associazioni di categoria della musica e se c'è stata la sanatoria relativa al riconoscimento del giusto contratto per i moltissimi giornalisti impiegati nei programmi di informazione delle reti. Con questa modalità ci sarebbero dovute essere 250 assunzioni, ma nella realtà sono state molto meno. Nonostante il riconoscimento, dovuto a lei e al CdA che ha svolto la trattativa e che l'ha risolta quasi del tutto, ci chiediamo quando si arriverà a chiudere la fase di impiego e quando partirà la fase 2 per arrivare alle suddette 250 assunzioni, e che ruolo sarà previsto per i *freelance*.

In ultimo, vorrei rivolgerle una domanda di attualità che riguarda Mario Benotti, indagato, come sappiamo, per le commesse cinesi. Voi direte che cosa c'entra Mario Benotti? Vorremmo sapere anche noi cosa c'entra e che ruolo ha avuto Mario Benotti in RAI? Vorrei sapere intanto se è vera l'aspettativa che avrebbe in RAI; abbiamo visto infatti che tutti gli altri titoli di Benotti non sono risultati veri. Vorrei capire se veramente è stato giornalista in RAI ed è in aspettativa. Sono informazioni che magari ci farà sapere in seguito perché immagino lei non giri con il *curriculum* alterato di Benotti nella cartellina. Credo però sia importante capire se tutto questo corrisponde a verità, visto che ci chiamiamo Vigilanza RAI e che questo è uno dei titoli rimasto integro.

FEDELI (PD). Signor Presidente, prima di interloquire con l'Amministratore delegato, mi consenta di fare gli auguri a due nostri colleghi, Mulè e Morelli, che sono da poco stati nominati Sottosegretari.

Desidero ringraziare l'Amministratore delegato per la faticosa e complessa comunicazione che riguarda il triennio, nel senso che ha fatto un *excursus* che è andato dall'inizio della consiliatura fino ad oggi. Prendo atto di tutto ciò che lei ha detto e sottolineo una cosa che considero, soprattutto nella seconda parte, particolarmente vera; è vero che nell'ultimo anno la RAI ha provato ad innovare alcuni aspetti e a corrispondere di più anche ad alcuni elementi fondamentali – o almeno considerati tali da me e da altri – scritti nel contratto di programma. Penso a RAI per il sociale che, secondo me, è veramente un punto importante; penso alle cose che lei ha detto che riguardavano l'alfabetizzazione digitale; penso in particolare al fatto che lei ha molto insistito sulla valorizzazione delle produzioni interne. Vorrei però avere il tempo di approfondire la questione perché contraddizioni, da questo punto di vista, ci sono.

Siccome abbiamo tutti pochi minuti, vorrei farle alcune domande. La prima domanda concerne un punto che non ho ritrovato nella sua comunicazione. Vorrei sapere se avete interloquuto con il Governo precedente, e se pensate di continuare a farlo con il Governo attuale, circa gli investimenti sulla digitalizzazione dal punto di vista di cosa avete messo in campo per l'alfabetizzazione interna e per le modifiche dell'organizzazione del lavoro interno alla RAI. La digitalizzazione è infatti un processo che cambia sia la parte interna, sia l'offerta, modificando anche il funzionamento della RAI nei prossimi anni. È di questo che discutiamo tutti. Da questo punto di vista vorrei sapere se avete avuto un'interlocuzione con il Governo, se avete presentato dei progetti corrispondenti a questa scelta strategica per la RAI e, quindi, se avete pensato di intercettare gli investimenti che il Next generation EU attraverso il *recovery plan* mette sulla digitalizzazione, con il superamento di tutto il *gap* presente nel nostro Paese e quindi anche per la RAI.

Credo che questo sia un tema particolarmente importante, per ciò che concerne la parte di competenza, l'organizzazione interna e il prodotto, nel rapporto con il nuovo investimento.

Prendo atto poi di quello che lei ha detto sulle donne; mi piacerebbe avere dettagli sui tempi e le modalità con cui state procedendo per il superamento del *pay gap* che è presente in misura molto forte ed anche sui percorsi di carriera interni. Discutiamo da molti mesi di questo; avete fatto anche una scelta di *partnership* importante che spero corrisponda pure ad un cambiamento interno della RAI. Non si può infatti soltanto fare una *partnership* sul tema con «Women 20» e poi però non corrispondere in tempi e modalità. Vorrei sapere quindi se avete un cronoprogramma su tale aspetto.

Faccio poi mia la domanda che ha posto il collega prima di me, chiedendo le ragioni per le quali la RAI ha rifiutato la proposta avanzata dal ministro Franceschini di avere una piattaforma *online* in grado di produrre cultura anche in termini di mercato, esattamente attraverso la RAI. Vorrei

sapere se c'è un problema legato alla modifica, come veniva detto, del Contratto di servizio, o di legge. Certo, dal mio punto di vista non è stato positivo il fatto che la RAI non abbia scelto di rispondere positivamente, di entrare in un percorso di questa natura.

Le rivolgo in ultimo due brevi domande. Vorrei sapere, circa la questione di Corona e di Friedman di cui vi avevamo anche resi edotti, che fine hanno fatto, se siete intervenuti sulle situazioni da noi segnalate, oltre che sugli stereotipi utilizzati troppo spesso sulla seconda rete (questione che rappresenta un tema generale). Vorrei capire se e come siete intervenuti.

Le faccio poi un'altra domanda. Da mesi imperversano sui programmi di punta delle reti RAI volti noti di Mediaset; non faccio nomi, però sembra quasi che in RAI promuoviamo i programmi di Mediaset, mentre invece non c'è la stessa reciprocità perché non vediamo volti RAI nei palinsesti e nelle trasmissioni di Mediaset. Voglio capire allora se si tratta di una scelta aziendale e, nel caso, perché si è fatta questa scelta anziché valorizzare sempre di più, come peraltro lei ha detto, le grandi risorse interne della RAI.

Altra domanda. Lei sa che il portavoce di *Amnesty international* Italia, ha lanciato l'appello, raccolto anche da alcuni consiglieri di amministrazione, di mettere le sagome di Patrick Zaki sulle prime file della platea dell'Ariston; voglio sapere se pensate di accogliere questa proposta che vi viene da più parti sollecitata.

Sempre con riferimento a Sanremo, vorrei sapere inoltre se avete fatto sottoscrivere e implementare i protocolli di sicurezza, oltre che ai musicisti, a chi ha la responsabilità di tutti gli addetti che devono far vivere Sanremo. È un altro elemento questo che ci è stato segnalato. Risulterebbe infatti che non c'è stato alcun confronto; che avete preso i protocolli del Ministero della salute e li avete traslati in qualche modo su chi poi deve agire, senza un'interlocuzione. Le rivolgo questa domanda, anche se può sembrare impropria.

L'ultima questione che voglio sottolineare e sollevare riguarda la scuola di Perugia. In quella sede vengono formate grandi competenze e grandi professionalità giornalistiche; sarebbe utile che la RAI le utilizzasse anche come prima assunzione, prima chiamata. Sarebbe importante infatti valorizzare un patrimonio così grande, così importante come quello della RAI.

BORDO (PD). Signor Presidente, ringrazio l'Amministratore delegato, nei confronti del quale, come è noto, noi non siamo stati molto teneri nel corso di questi mesi, anche perché, a differenza di quanto sostenuto dal dottor Salini, noi pensiamo che l'offerta della RAI sia peggiorata. In questi anni spesso abbiamo avuto l'impressione che l'Azienda fosse fuori controllo e che non ci fosse nessuno a dare una linea chiara.

Mi soffermerò molto rapidamente su alcune questioni. La prima: il *budget* del 2021 presenta una perdita per l'esercizio in corso di 57 milioni a cui andranno aggiunte altre decine di milioni dei canoni speciali, per cui

il rosso molto probabilmente sarà vicino ai 100 milioni e dunque ci sarà un'eredità per quelli che verranno abbastanza pesante.

Nel frattempo siamo riusciti a realizzare il piano industriale. L'Amministratore delegato diceva nella sua relazione che sarebbero calati, almeno nel 2020 rispetto al 2019, l'utilizzo di professionalità esterne e l'affidamento di produzioni fuori dall'Azienda, mentre noi abbiamo notizie diverse. Tuttavia, siccome pensiamo che sia accaduto il contrario di quanto sostenuto dall'Amministratore delegato, vorremmo sapere se non creda che l'utilizzo eccessivo di figure e produzioni esterne abbia contribuito fortemente alla perdita di esercizio che è stata accumulata.

Seconda questione: siamo in attesa della delibera d'indirizzo sul conflitto d'interessi degli agenti, che mai come in questa fase, secondo noi, hanno acquisito un po' troppo potere dentro l'Azienda. Persino al Festival di Sanremo alcune coconduttrici (alcune delle quali appartengono anche alla concorrenza) e lo stesso conduttore appartengono alla società o a società satelliti, ma soprattutto fanno riferimento allo stesso manager. Ci sono anche casi di trasmissioni o programmi domenicali, come «Quelli che il calcio» o «Che tempo che fa», dove l'intero cast è formato da artisti che fanno parte della stessa scuderia di un'azienda. È un malcostume che è cresciuto nel corso di questi anni e diventato una regola. Noi vorremmo sapere, anche alla luce di quello che oggi hanno detto i consiglieri del Consiglio di amministrazione Borioni e Laganà, se la politica secondo cui gli agenti non possono rappresentare più del 30 per cento degli artisti ricompresi in una produzione televisiva sarà per esempio rispettata a Sanremo.

Da ultimo, sul canale istituzionale del quale lei ha parlato, volevo chiederle se non ritenga che sia giusto operare per realizzare una sinergia, per esempio tra questo canale e le Teche RAI, in modo tale che il canale istituzionale possa essere implementato e sviluppato nel corso dei prossimi mesi e anni.

Concludo con un riferimento alla piattaforma denominata la «Netflix italiana». Della cultura hanno già parlato altri due colleghi, ma avrei chiesto la stessa cosa e cioè se non ritiene che la RAI debba essere coinvolta in questa operazione, atteso che lei stesso all'inizio aveva detto che si trattava di una bellissima idea.

VERDUCCI (PD). Ringrazio l'Amministratore delegato e sottolineo alcuni elementi che sono già stati citati dai colleghi del Partito Democratico. La RAI dovrebbe avere l'ambizione di essere davvero un grande *player* della produzione culturale nel nostro Paese, in particolare in tempo di pandemia, in un momento in cui la cultura italiana soffre. In particolare soffrono coloro che fanno fatica ad emergere: produzioni indipendenti e giovani talenti. Non c'è un piano strategico da parte della RAI e non si sono viste in quest'anno le avvisaglie di un piano strategico; lei ha citato tanti singoli elementi, che non fanno però un piano strategico. Se tutto andrà bene noi le invieremo, già nei prossimi giorni, un atto di questa Commissione in tal senso. Vorrei capire se però c'è un ragionamento.

Chiudo, Presidente, su un altro punto che riguarda il rapporto tra la RAI e il sistema Paese e riguarda il Contratto di servizio, in particolare l'articolo 12: mi riferisco alle offerte in inglese e all'offerta per gli italiani all'estero. Lei, dottor Salini, non ha citato il canale RAI Italia, eppure è un canale fondamentale per milioni di italiani che vivono all'estero. È fondamentale per rafforzare la proiezione del nostro Paese nel mondo, la nostra cultura e tutta la filiera del nostro sistema produttivo. Quel canale oggi langue e si rischia che gli venga tolto anche il calcio, che è fondamentale. Sappiamo quanto sia fondamentale la partita di calcio. Sappiamo che oggi sta dentro RAI Gold, con RAI Movie e RAI 4, che però sono canali tematici, mentre RAI Italia è un canale generalista e meriterebbe quindi un'attenzione particolare e strategica, così come RAI Inglese.

Lei ci ha parlato di una costruzione, da mesi sappiamo di investimenti, ma non c'è traccia di una costruzione. Anch'esso è un tassello fondamentale del Contratto di servizio, del rapporto tra RAI e il sistema Paese, e l'aver fatto passare così tanto tempo senza che ci sia ancora nulla contraddice la vocazione e la potenzialità del servizio pubblico, la sua riconoscibilità nel mondo al servizio del nostro Paese.

GASPARRI (*FIBP-UDC*). Dottor Salini, una delle questioni che abbiamo posto era relativa all'andamento di Sanremo e la preoccupazione reale è anche quella di garantire un rapporto rispetto al territorio. Nell'audizione che abbiamo svolto con il direttore Coletta alcuni giorni fa era stato posto anche il problema della ricaduta del Festival sul territorio, che indubbiamente prima lo viveva in maniera importante, ora ovviamente con tutte le limitazioni. Anzi, ho anche proposto (provocatoriamente, ma non troppo) che una piccola percentuale dei proventi pubblicitari che si intensificano con il Festival potrebbe essere lasciata dalla RAI (intendo uno zerovirgola) al territorio che ospita il Festival, che ovviamente non godrà di tutte le abituali opportunità, perché i numeri sono limitati. Ora c'è anche una situazione mutevole di colore, di cui noi stessi siamo spettatori ignari. Giorni fa parlavo con il Presidente della Regione Liguria, il quale mi diceva che sarebbe potuto arrivare il contagio dalla Francia e che avrebbe dovuto chiudere Ventimiglia.

Avevamo posto questo tema conoscendo l'importanza del Festival, che per la RAI, parliamoci chiaro, fa il bilancio dell'annata; è un evento importante, come la finale della Coppa dei campioni per i calciatori: alla fine è l'evento dell'anno, per chi ci arriva (beato lui). C'era quindi anche una preoccupazione più forte rispetto alle decisioni di chiusura o di apertura, che intanto vanno avanti indipendentemente dalla Commissione di vigilanza e dal Festival di Sanremo. Il rischio è di trovarsi in un momento topico. Lei ha visto che ora si fanno interventi più territoriali e circoscritti ed è un bene, perché è inutile chiudere tutto. Vi state ponendo questo problema, visto che oramai ci siamo? Intendo il problema del rapporto con il territorio e quello di capitare lì in un momento in cui il territorio magari cambia colore? Cosa potrebbe succedere?

Tra le altre questioni vi è quella che riguarda i documentari: avete creato questa direzione, a cui credo che lei abbia fatto cenno (ho ascoltato una parte in collegamento mentre venivo qui e una parte dal vivo), però ci sono molti acquisti esterni e ancora poche produzioni interne. Il *budget* è quindi sbilanciato tra i tanti acquisti e le poche produzioni. Le chiedo quindi che prospettiva vi è e che cosa si vuole fare. Si vuole investire? Anche su questo, le chiedo se lo si vuole fare in maniera pluralistica, su temi storici e culturali, perché anche i documentari possono essere utilizzati in vario modo.

Rispetto ai collaboratori esterni, c'è stata un po' di polemica per alcune collaborazioni giornalistiche: quella di Scanzi e quella di Cacciari (che non è un giornalista). La RAI, che ha come al solito 1.600 giornalisti, esperti vari e ospiti di ogni natura, deve contrattualizzare tutti? O solo alcuni? Allora perché alcuni e perché non altri? Ci si potrebbe anche accontentare, stando in RAI costantemente, di ottenerne un beneficio in termini di notorietà, di vendita dei propri libri, di aumento delle sue prestazioni giornalistiche. Perché alcuni contratti sì ed altri no? Come funziona?

Un'ultima questione e concludo. RAI e politica: si dice che non ci sono rapporti, che non ci si conosce e nessuno si parla (questa è l'ipocrisia in cui siamo immersi). Ora c'è una situazione politica nuova: continueremo ad avere il «TG1 Casalino», il «giornale radio Casalino», o andranno a comprare il libro di Casalino e si renderanno conto che ci vuole un po' più di pluralismo? Ho citato alcune testate con precisione, la cui faziosità in questi ultimi tempi si è vista. Le scelte sono state frutto di valutazioni professionali (per carità), ma anche politiche, perché alcuni, che non erano nemmeno vicedirettori, sono balzati alla qualifica di direttori delle principali testate, mentre per altri c'è stato invece più gradualismo. Quindi non mi si venga a dire che lei ha scelto i migliori; ha scelto quello che il tempo le consigliava di scegliere. Adesso c'è ancora Casalino che fa la scaletta oppure siamo entrati in un'epoca un po' più plurale per tutti, opposizioni comprese? Questo diceva giustamente il senatore Mollicone; ma ci sono anche gli altri, che non sono più opposizione e che vorrebbero una *par condicio*.

MARROCCO (FI). Signor Presidente, ringrazio l'Amministratore delegato per la sua esaustiva audizione. In un passaggio egli ha ringraziato tutti i dipendenti che hanno lavorato con passione, in questo momento di grande sacrificio dovuto alla pandemia che stiamo ancora vivendo. Proprio in considerazione del rischio a cui si sono sottoposti tutti, lei, in qualità di amministratore delegato, avrebbe stanziato un *bonus* per i dipendenti RAI che hanno lavorato in presenza per almeno 48 giorni nel periodo che va dal 9 marzo al 17 maggio; parliamo di 25 gratifiche per i giornalisti, ciascuna pari a circa 2.000 euro lordi, e di 500 gratifiche per gli impiegati quadri e gli operai, ciascuna pari a circa 800 euro lordi, per un totale complessivo di 450.000 euro. Pur essendo consapevole del merito di tali lavoratori, che in una fase così delicata corrispondente al primo *lockdown* hanno coadiuvato l'operato del Governo, garantendo a tutti i cittadini

un'informazione costante, mi chiedo se non sarebbe stato più opportuno effettuare una distribuzione delle risorse un po' più equa. Mi spiego meglio: sicuramente si sarebbero potuti distribuire importi di entità minore a una platea numerica più ampia oppure prevedere dei requisiti d'accesso alla cosiddetta gratifica Covid meno stringenti. Infatti dalla garanzia del *bonus* sono rimasti esclusi quei dipendenti che, pur avendo prestato il proprio servizio in sede ad esempio per 40 giorni, sono stati successivamente costretti a rimanere a casa per aver contratto il virus oppure per essere stati sottoposti a quarantena cautelare. Chiedo pertanto chiarimenti in merito a tale scelta, che ha recato grave pregiudizio a una parte dei lavoratori del servizio pubblico; si è trattato di una misura che rischia di tramutarsi in un ennesimo fattore di disuguaglianza.

Vorrei chiederle inoltre dei chiarimenti sulla vicenda che ha coinvolto un parlamentare in quota 5 Stelle per aver preso parte come attore a una *fiction*. Egli ha dichiarato, l'11 febbraio, di non aver avuto nessun contratto direttamente con la RAI, ma solo con la casa produttrice; però la *fiction* in questione era coprodotta dalla RAI e dalla casa di produzione. In questo caso i soldi pubblici sono passati attraverso una società di produzione e pertanto mi aspetto, visto che nessuno ci ha risposto dai vertici della tv di Stato, che non venga nascosta la polvere sotto il tappeto.

ANZALDI (IV). Signor Presidente, a costo di essere ripetitivo, vorrei sapere a che punto siamo con la *policy* sugli agenti e con la *policy* sui *social*. Poiché tra poco si dovrà rinnovare il Consiglio di amministrazione, vorrei sapere a che punto siete con l'approvazione del bilancio e con la redazione del regolamento per la votazione del consigliere da parte della RAI.

RICCIARDI (M5S). Signor Presidente, la mia domanda riguarda le risorse umane. In un'azienda come la RAI, le risorse umane costituiscono un *asset* strategico e sono un indiscusso presidio della qualità del servizio pubblico. Questo implica una gestione che si ponga come obiettivo sia il monitoraggio di questo vero e proprio patrimonio di competenze, sia il suo conseguente sviluppo. Ciò è tanto più vero quando le esigenze di cambiamento strategico dell'azienda si fanno imponenti oppure quando le contingenze esterne legate al contesto si fanno pesanti (basti pensare, ad esempio, all'epoca pandemica). In quale modo l'Azienda nomina, valuta e premia i suoi dipendenti, con particolare riguardo ai direttori, ai vicedirettori e ai dirigenti? Quanto questi criteri sono trasparenti e condivisi? Dal *job posting* alla chiamata diretta, ad esempio, come vengono prese e veicolate le decisioni? Con quale meccanismo i dipendenti esprimono il loro livello di soddisfazione rispetto ai loro responsabili? Le reiterate segnalazioni di malessere espresse dai dipendenti sono state oggetto di analisi del clima organizzativo, anche in relazione all'efficacia manageriale dei responsabili? Quali provvedimenti sono stati presi?

Infine, la pandemia e lo *smart working* costituiscono pesanti aggravanti della condizione psicologica dei dipendenti RAI. Quali sono le pre-

cauzioni di gestione che sono state prese in ordine alla tutela del benessere dei dipendenti e quali eventuali strumenti di tutela sono stati attivati per combattere le ripercussioni negative legate allo *smart working*? Come viene garantito il diritto alla disconnessione in RAI? Un ultimo inciso, che esula da quello che le ho detto ora: come si colloca la RAI sulla rete unica e che lavoro state facendo a tal proposito?

GAUDIANO (M5S). Signor Presidente, ringrazio l'amministratore delegato, dottor Salini, per essere qui stasera. Lo scorso marzo egli aveva annunciato la nascita di un osservatorio permanente per combattere le *fake news* sul coronavirus. Abbiamo condiviso tale iniziativa, che segnava – cito le sue parole – un ulteriore sforzo del servizio pubblico nell'informare correttamente il Paese. L'iniziativa era prevista dal Contratto di servizio e dal piano industriale. Comprenderà perciò il rammarico nell'apprendere da «Striscia la notizia» che il Giornale Radio 1 aveva confezionato e diffuso, lo scorso 9 dicembre 2020, una *fake news* sulla presunta inaugurazione di un'installazione artistica nella sede RAI di viale Mazzini. Le chiedo pertanto di conoscere gli esiti dei provvedimenti e dell'istruttoria interna, anche in relazione all'eventuale omessa vigilanza da parte del direttore responsabile.

Inoltre, dottor Salini, le vorrei ricordare una mia richiesta, fatta in audizione tempo addietro, relativamente al pagamento del canone da parte di coloro che vivono in territori non raggiunti dal segnale RAI. Le chiedo quindi come intende intervenire; su questa fattispecie ho anche presentato un disegno di legge, ora all'attenzione della Commissione di riferimento.

AIROLA (M5S). Signor Presidente, ringrazio l'amministratore delegato Salini per la sua lunga e precisa relazione. Le restano quattro mesi e vedo che ha tutta l'intenzione di lasciare qualcosa ai posteri, presumibilmente al centro-destra, quindi saranno poi loro ad essere al centro dell'attenzione.

Dunque adesso è colpa della RAI. Gli tolgono 200 milioni; io chiesi a Gualtieri a chi sarebbero andati facendogli la lista, ma si sa a chi andranno: vanno ad altre tv, vanno all'ammortamento del canone RAI per gli anziani (e questo va bene) e all'ammortamento delle tasse (cioè paghiamo una tassa per avere meno tasse).

Poi realizzano una piattaforma statale. A questo punto chiederei un'audizione del ministro Franceschini, perché non so se sono venuti a chiederle se la RAI voleva partecipare a una piattaforma a cui partecipa il 51 per cento dello Stato, con 20 milioni (10 il Ministero e 10 Cassa depositi e prestiti), e il 49 per cento di una società esterna che si chiama Chili e che mette pochi euro. È vero o non è vero? Si tratta di una questione importante.

I soldi sono importanti e allora cominciamo a tagliare. Lei ha parlato di 15 milioni risparmiati sui costi esterni; secondo me si può migliorare e fare molto di più. Per quanto riguarda «A grande richiesta», ad esempio, mi sembra che la RAI compri senza badare troppo alla qualità e soprat-

tutto allo *share* dei programmi. Se è vero che viene giustificata la presenza della coppia Caschetto-Fazio perché fanno fare soldi alla RAI con gli spazi pubblicitari, mi domando perché il programma «A grande richiesta», prodotto da Ballandi, con uno *share* del 10 per cento in prima serata il sabato è stato poi spostato al martedì e quanto costa a puntata. Magari tagliamo quella e ricominciamo a recuperare denari, ma così dappertutto.

Ci sono troppe persone – lo dicevano anche i colleghi – che si sentono un po' troppo a casa loro, a cominciare dalla storia di Sanremo. La RAI non è un bancomat, non si può assumere tutti i rischi di un'impresa; è troppo facile.

Lei ha citato grandi risultati sulla cultura, che sono veri, ma ha richiamato per lo più canali tematici. Ha parlato delle opere in prima serata su RAI Uno e «Natale in casa Cupiello» ha totalizzato 5 milioni di spettatori; vede dunque che la cultura sui canali generalisti funziona? Parlando di cultura e di documentari, si è citata la nuova direzione e il fatto che abbiamo dato 3 milioni a Duilio Giammaria, ma con 3 milioni forse possiamo fare due o tre bei documentari. Quanti documentari faremo per i palinsesti futuri? Forse, sarebbe stato meglio mantenere trasversale, a tutta la produzione RAI, il genere documentario altrimenti 3 milioni non sono niente.

Concludo dicendo che a me sembra che lei abbia gettato un po' la spugna, se mi permette, ma la capisco. È una persona di qualità e che ha dato tanto, soprattutto in questo momento di Covid in cui, come avevo già avuto modo di dirle, la RAI ha dato un grande servizio al Paese. Ho dei dubbi però su questa sorta di invadenza di Mediaset in RAI e questa incontinenza negli appalti esterni. Uno dei colleghi che mi hanno preceduto chiedeva del 30 per cento degli agenti a Sanremo, una questione che sarà verificata: ci può fornire la lista prima, può dirci quando costano i programmi?

Le uniche cose andate veramente bene, oltre alla cultura sui canali tematici e RaiPlay naturalmente, è il solito *asset* RAI-*fiction*. L'ammiraglia ha fatto un buon lavoro. Anche a RAI Cinema è stato ridotto il *budget*, ma ho visto delle belle cose su RaiPlay. Facciamo un ultimo sforzo in questi ultimi quattro mesi e, invece di farli salire a bordo, facciamo abbandonare la nave ad alcuni di questi agenti esterni così lascerà ai posteri una RAI migliore.

L'ABBATE (M5S). Signor Presidente, ringrazio l'Amministratore delegato per il puntuale resoconto e procedo velocemente alla domanda.

Per giustificare appalti esterni si ripete spesso che le risorse interne sono pienamente impegnate, così come i mezzi, ma risulta che alcune figure artistiche siano impegnate in programmi minori e per pochi giorni alla settimana. Ad esempio, alcuni registi interni sono stati distaccati da RAI Uno e da RAI Cultura. Dall'altra parte, si evidenzia un eccessivo utilizzo di alcuni collaboratori esterni (autori, registi e scenografi), che si spartiscono la maggioranza delle trasmissioni che notoriamente costano di più alle casse aziendali. Faccio un esempio: sabato sera di RAI Uno

la regia di «A grande richiesta» è dello stesso collaboratore che ha realizzato la regia del programma successivo «Ciao maschio». Si passa, dunque, paradossalmente da una saturazione delle risorse interne a una saturazione delle risorse esterne, che realizzano più programmi contemporaneamente, mentre i colleghi interni e gli storici collaboratori esterni non vengono presi in considerazione. Qual è la logica sottesa a queste scelte? Ci sono criteri di rotazione per l'utilizzo del personale esterno e per quanto riguarda quello interno siamo sicuri che si abbia, stante l'attuale assetto organizzativo, piena contezza delle potenzialità professionali all'interno dell'Azienda?

Per quanto riguarda i mezzi, è in grado di spiegare come mai la RAI non è stata capace nel tempo di aggiornarsi tecnologicamente con mezzi mobili e studi per evitare il più possibile ricorsi agli appalti?

Per le sedi regionali, invece, si ignora solitamente che ci sono dei presidi tecnici RAI sui territori con degli zainetti e le loro attrezzature e, in contemporanea, la cosa viene appaltata all'esterno. Le chiedo se c'è la responsabilità di questo e se è possibile effettuare un controllo al sistema.

CAPITANIO (*Lega*). Signor Presidente, Amministratore delegato, avremmo voluto che ciò che ci ha raccontato, ovviamente supportato da dati veri, fosse la fotografia reale, ideale e idilliaca della situazione della RAI. In realtà ci sono diverse criticità perché, ad esempio, la rete ammiraglia l'altro sabato sera ha registrato uno *share* dell'8,3 per cento contro il 30,3 per cento di Canale 5; «A grande richiesta» l'altra sera ci ha lasciato in eredità un magro 12,6 per cento. Al di là dei numeri e della relazione piena di entusiasmo e di prospettive, evidentemente ci sono dei «purtroppo». È interesse anche nostro collaborare con l'Azienda perché tutto possa andare per il meglio.

Anche sul piano industriale mi sono appuntato alcune espressioni come «obiettivo prioritario», «implementazione» e «accelerazione». Avremmo voluto a questo punto poter festeggiare qualche traguardo in più. Del resto, nonostante la cordialità del confronto, anche l'ultima audizione che abbiamo avuto con il direttore di RAI Uno ci ha lasciato a dir poco perplessi. Come riflessione, vorremmo sapere se non vi siete pentiti di aver cambiato una delle poche donne al timone della RAI, Teresa De Santis, per passare le consegne a Coletta, che ha detto chiaramente che gli *asset* portanti della principale rete della TV di Stato sono l'intrattenimento e la *fiction* e lo abbiamo visto, purtroppo, con il sacrificio dell'informazione sia nella gestione casaliniana del TG1, ma anche nella gestione del racconto della crisi politica con l'informazione che è stata sbalottata tra una rete e l'altra per non irritare alcuni prediletti dell'*infotainment*.

Venendo alle domande, di RaiPlay ci sono stati raccontati abbondantemente i successi, ma sul contratto di Fiorello ci può raccontare, visto che sembra più segreto di un atto della CIA, qualche numero? Quanto ha pe-

sato in termini di investimento e qual è stato il ritorno pubblicitario di RaiPlay rispetto alle previsioni?

Abbiamo parlato della necessità di contenere i costi, chiedo allora del capitolo drammatico della gestione delle sedi sia regionali che estere. Se dovessi accantonare questo capitolo con una battuta, le chiederei se avete trovato una sede anche per «Rai Scoglio 24».

Venendo alle cose più serie, Bruxelles è il caso più eclatante ed è noto dal 2018. Solo adesso, forse anche a seguito delle pungolature delle tv concorrenti, siete arrivati a una manifestazione di interesse. Come mai non avete deciso di intervenire per tempo nonostante vi fossero anche delle analisi pagate a caro prezzo che risalivano alla gestione precedente alla sua su una migliore gestione delle sedi all'estero?

Sappiamo ovviamente dell'indagine della Corte dei conti su Londra, che non riguarda la vostra gestione. Vorremmo capire se corrispondono al vero le notizie relative alle spese di ristrutturazione di un appartamento in affitto a Mosca, quali tipologie di spese e di contratti e quale sia insomma il peso della gestione delle sedi e dei corrispondenti all'estero sul bilancio dello Stato.

A Pechino stiamo ancora pagando la sede, nonostante non sia presente in maniera permanente il corrispondente. Inoltre, visto che si è parlato anche di selezione, di criteri di meritocrazia, come è stata selezionata la responsabile amministrativa della sede di New York?

Infine, vorrei sapere come avete gestito e con quale processo lo *smart working* dei dipendenti. L'Azienda si è limitata esclusivamente a seguire le indicazioni dei DPCM o ha attuato qualche processo? Inoltre, come già chiesto da alcuni miei colleghi, a che punto è il confronto con i disografici per la definizione dei protocolli di sicurezza per il Festival di Sanremo? Corrisponde al vero che è stato presentato in procura un esposto sul *job posting* di RAI News24? Qual è la posizione del Consiglio di amministrazione circa l'eventuale proroga di un anno dello stesso? Avete intenzione di confrontarvi anche con la politica e il Ministero per l'eventuale proroga?

Concludo con una nota di colore. È stato poi pagato il famoso pre-sepe di cui ci raccontò in anteprima Radio 1 senza che poi avvenisse l'inaugurazione?

BERGESIO (*L-SP-PSd'Az*). Signor Presidente, ringrazio anzitutto il dottor Salini per l'esposizione.

Facendo seguito all'intervento del mio collega Capitano, le chiedo subito come si sta organizzando la RAI per fronteggiare l'agguerrita concorrenza sulle *fiction*. Infatti, la RAI continua a vendere spazi pubblicitari alle concorrenti Netflix e Amazon Prime, con la conseguenza che, a fronte di un guadagno immediato, si indirizza il pubblico fidelizzato verso aziende concorrenti con grave danno a medio e lungo termine.

Una delle principali novità di RAI più volte evocata negli ultimi anni è l'attivazione del canale in lingua inglese, che sarà un importante volano per promuovere il nostro *made in Italy* e le eccellenze italiane. Quando si

prevede la messa in onda? Le chiederei la cortesia di darci dei tempi certi e qualche informazione in merito.

Sempre più spesso vediamo sulle reti molti documentari e mi chiedo se sono acquistati o prodotti da RAI Documentari. Se vengono acquistati, come mai non si è centralizzata l'attività ed assegnato il *budget* a RAI Documentari come indicato nel Contratto di servizio? Inoltre, perché non è stata avviata una campagna stampa per lanciare RAI Documentari così come è stato fatto per RaiPlay, essendo due novità della sua gestione?

Un altro aspetto importante riguarda il fatto che il prossimo 21 settembre diversi milioni di italiani dovranno cambiare televisore o *decoder*, pena non vedere più il digitale terrestre. La RAI, che sul mercato è quella che più potrebbe subire danni gravissimi a tutto vantaggio delle piattaforme in *streaming*, sembra ignorare la questione. Le chiedo pertanto se vi siete attrezzati o se lo state facendo. Infatti, se così non fosse, oggi potrebbe essere già tardi e le conseguenze di eventuali negligenze in merito ricadranno sicuramente sul prossimo Consiglio di amministrazione, a meno che non ci sia l'eventuale proroga (nel qual caso, a rimetterci sarà ancora una volta l'utente che ha pagato il canone).

A nome del mio Gruppo, le chiedo inoltre qual è il rapporto contrattuale tra RAI, «Report» e «Presadiretta». Si tratta di una produzione interna o esterna? Quale rapporto di lavoro intercorre con gli inviati del programma? Esiste una clausola di esclusiva? Vorrei inoltre sapere quanti sono i procedimenti civili con richieste risarcitorie per diffamazione pendenti nei confronti di «Report» e «Presadiretta», quale sia l'ammontare e se ci sono state condanne.

Quanto al bilancio semestrale 2020, il fondo rischi per controversie legali, pari a 61 milioni di euro, accoglie la stima prudenziale e prognostica degli oneri conseguenti ai procedimenti giudiziari in corso in cui il gruppo a vario titolo è coinvolto. In particolare, essi si riferiscono a controversie civili, amministrative e penali in materia giuslavoristica. Come si è potuto arrivare a una somma così elevata?

Concludo ricollegandomi a quanto ogni sera viene denunciato sugli sprechi nella rubrica «Rai Scoglio 24» di «Striscia la notizia». Perché non si procede alla razionalizzazione delle risorse, ad esempio riducendo gli appalti? Inoltre, se l'Azienda ritiene che questi attacchi non siano giustificati, perché non smentisce immediatamente e con veemenza? Sembra che sulla questione la RAI non stia prendendo alcuna posizione ufficiale.

PRESIDENTE. Onorevoli colleghi, lascio ora la parola al dottor Salini per la replica, ricordandogli che, laddove lo ritenga opportuno – visti anche l'orario e l'ampiezza e tecnicità delle domande poste – potrà ora rispondere sui temi principali, riservandosi di far pervenire una risposta scritta ai quesiti più specifici e tecnici.

SALINI. Signor Presidente, onorevoli senatori e deputati, mi ripropongo di rispondere a tutte le domande poste, sperando di non tralasciarne nessuna, anticipando però già da ora che su alcuni quesiti (tra cui, ad

esempio, quelli da ultimo posti dal senatore Bergesio) mi riservo di far pervenire una risposta scritta.

In più interventi è emerso il tema relativo all'attuazione del piano industriale. Nella relazione ho sottolineato alcuni degli obiettivi raggiunti dalla RAI nel triennio, nonostante il periodo non facile che ha coinvolto tutti. Potete capire che in un'azienda che produce e mette in onda contenuti editoriali sia di intrattenimento, che informativi (e che quindi necessita di costante presenza e costante confronto, ventiquattr'ore su ventiquattro) inevitabilmente alcuni processi sono stati rallentati e posticipati.

Pur non vedendo più il senatore Airola, come nota personale vorrei rassicurare – o magari preoccupare qualcuno – sul fatto che non ho assolutamente mollato. Mancano ancora quattro mesi alla fine di questa consiliatura e intendo portare avanti e contribuire ulteriormente alla crescita dell'Azienda per il tempo che rimane.

Quanto al tema degli agenti, qualche mese fa abbiamo approvato una *policy* che stiamo applicando e che, ad oggi, prevede il non superamento del 30 per cento di artisti rappresentati dallo stesso agente nelle singole produzioni. Le reti e le strutture vigilano su questo aspetto. Sapete che, laddove ci dovesse essere un superamento di questa quota, il caso verrebbe portato in Consiglio di amministrazione. Ad oggi non sono state rilevate eccezioni, anche per quanto riguarda il Festival di Sanremo.

Vengo a RAI Uno. Nel considerare i risultati occorre considerare che gli eventi ci hanno imposto di posticipare di un mese un evento, quale il Festival di Sanremo, che è cardine nella programmazione e nell'offerta editoriale della rete.

Questo significa, al di là del numero di ascolti che Sanremo porta sul mese di febbraio, creare un disallineamento complessivo nell'offerta editoriale della rete. Allo stesso modo, per l'esperienza accumulata nel corso degli anni nella mia professione, per quanto riguarda il contenuto della proposta editoriale, quando si sperimenta, quando si cerca di innovare il linguaggio, quando si prova comunque a mettere in campo proposte alternative, a volte si può anche non centrare pienamente l'obiettivo. A fronte di una produzione, come sottolineavate, che non ha riscontrato un risultato particolarmente positivo, ce ne sono, tuttavia, molte altre che hanno ottenuto ascolti più che positivi. Da questo punto di vista, sono abituato a leggere il funzionamento di una rete vedendolo nell'arco di un periodo più ampio e valutando poi l'offerta complessiva.

Per quanto riguarda l'offerta informativa, in questi anni l'informazione e i programmi di informazione – non solo quelli delle testate, ma anche quelli delle reti – sono cresciuti e abbiamo ampliato lo spettro dell'informazione. Come ricordava il direttore Coletta la scorsa settimana, gran parte del *daytime* è condotto e presentato da giornalisti; l'attualità e l'informazione entrano anche nei nostri programmi cosiddetti contenitore; abbiamo ampliato l'offerta informativa il lunedì sera in seconda serata, con un programma di approfondimento; RAI Due ha ampliato a sua volta l'offerta informativa, così come RAI Tre. Da questo punto di vista,

quindi, complessivamente la RAI ha accresciuto il volume orario in informazione e in programmi di approfondimento.

Quello che si può definire come il Netflix della cultura, che oggi ha un nome, ItsArt, è stato un progetto che ha visto, inizialmente, delle interlocuzioni con il Ministero, ma come abbiamo più volte ribadito RAI è servizio pubblico e la missione e il compito di RAI è quello di portare la cultura ad un più ampio pubblico possibile in maniera gratuita. Attualmente stiamo interloquendo con Cassa depositi e prestiti (CDP) circa la possibilità di mettere a disposizione i contenuti culturali di proprietà della RAI, così come facciamo anche con altri generi, dando quindi tutto il nostro contributo per quanto riguarda la distribuzione e la promozione della cultura. Questo rapporto con CDP, che probabilmente si risolverà in un protocollo di intesa, certamente poi passerà attraverso la nostra consociata RAI Com, che è la società che distribuisce e mette sul mercato i contenuti RAI.

MOLLICONE (*FDI*). Mi scusi, Amministratore delegato, non è stato il Ministro? Per capire, siete stati contattati solo da Cassa depositi e prestiti?

SALINI. Le interlocuzioni con il Ministro ci sono state, se ne parlava, ma non sul progetto specifico.

AIROLA (*M5S*). Scusi, Presidente, solo per capire, c'è stata una richiesta di partecipazione con soldi?

SALINI. No, c'è stata una interlocuzione.

AIROLA (*M5S*). Un'interlocuzione.

MOLLICONE (*FDI*). Il ministro Franceschini ha chiesto alla RAI di fare questa piattaforma o no?

SALINI. No. Non l'obbligo, ci mancherebbe; si è parlato della piattaforma.

AIROLA (*M5S*). Presidente, questo dobbiamo chiederlo a Franceschini, non all'amministratore delegato Salini.

PRESIDENTE. L'abbiamo anche chiesto con una lettera. Lo chiameremo in audizione e avremo un chiarimento ulteriore. Mi sembra che l'Amministratore delegato però abbia sostanzialmente risposto. C'è stata un'interlocuzione precedente...

MOLLICONE (*FDI*). È diverso, però, perché se il Ministro non ha proposto alla RAI di farlo non era ovviamente responsabilità della RAI,

ma responsabilità del Ministro. Vuol dire che aveva già in mente di usare un'altra piattaforma.

PRESIDENTE. Oppure durante l'interlocuzione non si è rilevato un interesse di RAI per un tipo di progetto e il Ministro ha proceduto diversamente.

MOLLICONE (*FDI*). L'Amministratore non ha detto questo.

FEDELI (*FD*). Siccome non è cambiato il Ministro, convochiamo il Ministro insieme all'Amministratore delegato.

SALINI. RAI ha le sue piattaforme, ha RaiPlay, ha RAI Cultura, quindi produce e distribuisce contenuti culturali naturalmente.

MOLLICONE (*FDI*). Mi scusi, ha ragione l'Amministratore delegato. Non erano chiare le nostre domande. La domanda è semplice.

FEDELI (*PD*). La mia era chiara.

MOLLICONE (*FDI*). Allora chiarisco la mia. Il ministro Franceschini ha proposto alla RAI di utilizzare RaiPlay come la Netflix della cultura?

SALINI. No. Ripeto che le interlocuzioni sono state tra RAI Com e ...

MOLLICONE (*FDI*). Quindi è come dicevo io. Non c'è stato un confronto. Il ministro Franceschini, quindi, non ha chiesto alla RAI, nella figura dell'amministratore delegato, di fare questa operazione. Anzi, è andato al passaggio successivo dando direttamente disposizioni a CDP di interloquire con RAI Com che distribuisce i contenuti.

SALINI. No, non ha dato disposizioni. Questo è un passaggio ulteriore. Altrimenti facciamo confusione.

MOLLICONE (*FDI*). Allora non ho capito, scusate.

GASPARRI (*FIBP-UDC*). Ci può dire come è andata? È una domanda facile.

SALINI. Ribadisco. In estate c'è stata una interlocuzione tra la nostra RAI Com, il nostro Chief Technology Officer (CTO) e CDP. Dopodiché è stato illustrato il progetto. Noi abbiamo ritenuto che la *mission* di RAI fosse un'altra, non quella di produrre i contenuti per venderli sostanzialmente *on demand* e quindi abbiamo ritenuto di non aderire a nessun tipo di progetto. Dopodiché, si è avviata ad oggi un'interlocuzione, un contatto con CDP, che laddove questa nuova piattaforma dovesse essere interessata anche a contenuti passati sulle reti RAI, passati su RaiPlay,

laddove non dovessero confliggere con l'offerta della RAI, RAI da servizio pubblico mette a disposizione, ovviamente sotto...

GASPARRI (*FIBP-UDC*). Dietro retribuzione.

SALINI. Ovviamente dietro retribuzione, certo, come facciamo con tutti i prodotti, per arricchire un'offerta. Questo è il tema.

MOLLICONE (*PDI*). Per precisare, mi scusi, per capire se ho capito, poi lascio la parola alla collega Fedeli, anche perché dopo tredici ore è anche difficile, lei conferma, dottor Salini, che non c'è stata un'interlocuzione – come la chiama lei – con il ministro Franceschini, ma solo una proposta da parte di Cassa depositi e prestiti e immagino di questa società costituita, per acquistare vostri prodotti da distribuire?

SALINI. Sì. Questa è successiva. Ci si è arrivati oggi.

MOLLICONE (*FDI*). Quindi la notizia è che il ministro Franceschini non ha mai interloquito con l'amministratore Salini proponendogli questo. La risposta è questa.

PRESIDENTE. Ma non è così!

MOLLICONE (*FDI*). Lui non l'ha detto perché non c'è stato l'incontro.

PRESIDENTE. No, scusi, prima di lasciare la parola alla senatrice Fedeli, faccio la sintesi di quello che io ho compreso.

FEDELI (*PD*). No, non c'entra niente, perché ciascuno comprende quello che ritiene di dover comprendere. Rifaccio, a questo punto, la proposta: siccome l'interlocuzione avviene per fare una proposta, l'Amministratore ha appena terminato di dire che la RAI non ha ritenuto di aderire alla proposta che le era stata fatta. La domanda ulteriore è perché? C'è un problema con il Contratto di servizio? C'è un problema di legge per cui la RAI non può fare alcune cose o altro? Quello è il tema.

Detto questo, dal mio punto di vista gradirei che ci fosse il Ministro insieme all'amministratore delegato.

MOLLICONE (*FDI*). Signor Presidente, chiedo di intervenire perché c'è un problema di interpretazione rispetto a quanto abbiamo ascoltato. Condivido la seconda parte di quello che ha detto la collega Fedeli e mi unisco alla sua richiesta, che peraltro avevo già avanzato. Non ho motivi di risentimento contro l'Amministratore delegato, ma vorrei capire se abbia incontrato veramente il ministro Franceschini, che è l'ideatore di questo progetto. Perché che l'abbia fatto Cassa depositi e prestiti con RAI Com, è già un passaggio successivo. La mia domanda è un'altra.

PRESIDENTE. C'è stato un incontro per proporre questo progetto alla RAI?

MOLLICONE (*FDI*). Lo dico perché in alcune occasioni pubbliche il ministro Franceschini ha dichiarato di aver incontrato la RAI e che l'Azienda non era interessata al progetto. Non mi sembra che sia accaduto questo. Vorrei quindi sapere se il ministro Franceschini ha incontrato l'Amministratore delegato. Mi sembra di capire, anche dalla sua ermeneutica, Presidente, che questo primo livello non c'è stato. C'è stato solo un secondo livello tecnico.

SALINI. Della piattaforma della cultura si parla da un po'. Con il ministro Franceschini se ne è parlato a livello di progetto, dopodiché il bando presentato a cui si doveva aderire era sulla piattaforma tecnologica. La RAI (o terzi a pagamento) è pronta per una piattaforma tecnologica? Noi abbiamo ritenuto che RAI non debba inserirsi in un *business* – chiamiamolo così, anche se impropriamente – che includa una forma di pagamento, altrimenti potremmo iniziare a farlo subito. Forse apparterrà ad un futuro prossimo, ma anche per qualche *fiction* o programmi di intrattenimento.

MOLLICONE (*FDI*). Io non ho ancora capito se c'è stato l'incontro con il ministro Franceschini, ma al di là di questo è una risposta sensata perché Chili vende i singoli contributi.

PRESIDENTE. E RAI non può farlo da Contratto di servizio.

MOLLICONE (*FDI*). Ma *ab origine* lo potrebbe fare modificando il Contratto di servizio, anche perché c'è già un pagamento all'origine visto che gli utenti pagano il canone, quindi avrebbe senso che RaiPlay facesse la Netflix italiana perché gli utenti pagano già un abbonamento.

Invece a RAI è stato proposto un altro modello di *business*, che peraltro è superato, che è quello dell'offerta *on demand*, secondo la quale l'utente compra il singolo film. Quindi l'audizione del ministro Franceschini è urgente.

AIROLA (*M5S*). Pare che la piattaforma non stia decollando.

PRESIDENTE. Chiameremo il ministro Franceschini in audizione.

Comunque è del tutto chiaro che la risposta dell'Amministratore delegato parla di due fasi: una precedente e una successiva. Questo mi pare che sia del tutto ovvio. Sulla prima c'erano delle difficoltà tecniche e normative, anche dal punto di vista del Contratto di servizio, della seconda si può parlare e avremo l'audizione del ministro Franceschini.

SALINI. Per quanto riguarda i volti Mediaset in RAI e non viceversa, io credo che di volti Mediaset in RAI non ce ne siano, a parte Sanremo. Il

Festival di Sanremo, però, si dovrebbe giudicare e valutare proprio come tale, cioè come l'evento di punta per tutti gli italiani. Dunque non è la prima volta che un volto della «concorrenza» sia presente a Sanremo. Nel recente passato ci sono state conduzioni anche più durature che arrivavano dalla concorrenza. Per quanto ci riguarda sarà un festival come al solito plurale, inclusivo e con una presenza ampia e diversificata.

Per quanto riguarda i costi e in particolare la lista degli ospiti, mi riservo di rispondere perché la lista non è ancora definitiva. Chiederò alla rete e al direttore artistico di fornircela al più presto, anche se gran parte dei nomi sono già stati annunciati.

Per quanto riguarda il giusto contratto, siamo ancora nella prima fase. Come diceva l'onorevole Mollicone, ad oggi, dei 250 giornalisti previsti, ne sono stati regolarizzati 214, quindi dobbiamo ancora concludere questa fase integrando in RAI 36 ulteriori risorse giornalistiche.

Per quanto riguarda la conclusione del triennio, credo che non sia stata solo una lista delle cose fatte e non fatte. La senatrice Fedeli chiedeva se questa lista, o questa relazione, fosse un compendio della triennalità di questa consiliatura. Più che un compendio, come a volte abbiamo sottolineato, credo che molte delle cose elencate e molti dei progetti realizzati costituiscano la piattaforma di base per la RAI del futuro che, ribadisco, si giocherà tutto non solo nella digitalizzazione ma nell'approccio già avviato in RAI con i progetti suelencati che prevede una centralità del contenuto che ancora oggi, probabilmente, sfugge a un'analisi di sistema più ampio.

La battaglia e la sopravvivenza dell'azienda di servizio pubblico si giocherà sulla capacità di creare, innovare e concepire nuovi prodotti e nuovi modelli anche per quanto riguarda l'informazione. Su questo ribadisco quanto già detto nella relazione.

Riguardo alla questione delle produzioni esterne e interne, i dati relativi all'incremento delle produzioni ve li possiamo fornire ma sono obiettivi e oggettivi. RAI Uno, RAI Due e le reti generaliste hanno incrementato a livelli percentuali a doppia cifra il volume orario di produzione interna; abbiamo riportato alcune strisce di *daytime* all'interno della RAI. Credo anche, però, che non si possa generalizzare e ricordiamoci che l'appalto, o comunque la cosiddetta produzione interna, contribuisce ad arricchire e a sostenere il sistema nel suo complesso. Ricordiamoci che gli investimenti in *fiction*, in documentari e in cinema, sostengono l'intero sistema audiovisivo, così come anche l'intrattenimento. Ci sono tante realtà esterne alla RAI che vengono sostenute e alimentate dagli investimenti che RAI dedica loro.

Per quanto riguarda i protocolli sanitari di Sanremo, non sono stati né ereditati, né fotocopiati. Sono protocolli che abbiamo sottoposto al CTS e sono stati considerati assolutamente in grado di garantire la sicurezza e la salute non solo degli artisti e dei partecipanti a Sanremo, ma anche di tutti i dipendenti che verranno coinvolti nella produzione.

L'onorevole Capitanio ha fatto una lista di tutte le sedi. Per quanto riguarda «Striscia la Notizia» e le notizie riportate, fermo restando che

la trasmissione fa ottimamente il suo lavoro e che il diritto di satira è inviolabile, anzi è da difendere a tutti i costi, quando la satira si appoggia su notizie non veritiere, produrremo le azioni giudiziarie necessarie a ripristinare la verità.

Per quanto riguarda le richieste relative agli appalti delle varie sedi, non so rispondere in maniera puntuale su gran parte di esse ma lo faremo in forma scritta nei prossimi giorni.

Non abbiamo pagato il presepe. Non è stato autorizzato dai vertici. Non c'è stato assolutamente nessun tipo di esborso da parte della RAI.

Per quanto riguarda gli spazi pubblicitari che appartengono ai non diretti concorrenti, le piattaforme sono una presenza su questo mercato, ma ricordatevi che sono sempre piattaforme a pagamento e che quindi prevedono, anche in questo caso, un costo di abbonamento per chi vuole accedere a quei prodotti.

Vorrei fare un'ulteriore sottolineatura sulla *fiction*. Credo – anzi ne sono convinto – che, al di là della natura dell'investimento, oggi la *fiction* RAI, come già detto nella relazione, sia un fiore all'occhiello non solo dell'Azienda, ma di tutto il Paese. Abbiamo perciò poco da temere dalla proposta e dall'offerta di *fiction* che arriva dalle piattaforme a pagamento. Stiamo innovando il linguaggio e dedicando investimenti sulla *fiction* anche su RaiPlay. Da questo punto di vista credo quindi che la RAI stia svolgendo al meglio la sua missione di servizio pubblico.

Scorro la lista per cercare di rispondere a tutti; le domande sono tantissime. Sulla polizza degli agenti ritengo di aver risposto.

La sinergia tra canale istituzionale e Teche RAI è da implementare e il canale istituzionale sicuramente si avvarrà dell'immenso archivio della RAI Teche. La creazione di una sinergia ancora più spinta è quindi un elemento da valutare.

Anche per quanto riguarda gli investimenti credo di aver risposto.

Vorrei poi sottolineare che non abbiamo proposto la cultura solamente su RAI Cinque, su RaiPlay o, in maniera episodica, su RAI Uno, ma la stessa RAI Tre ha dedicato delle prime serate alle *performing art* e al teatro, rilevando altresì l'innovazione di alcuni programmi di RAI Due e della stessa RaiPlay.

Rispondendo all'onorevole Anzaldi, per quanto riguarda l'invasione Mediaset e degli agenti, abbiamo adottato e stiamo applicando una *policy* per arginare questa invasione.

Per quanto riguarda gli appalti esterni, credo di aver risposto, in ogni caso facciamo sempre di tutto per cercare di utilizzare al meglio tutte le nostre risorse interne. Credo che, come già sottolineato dal senatore Verducci, se la RAI dovesse mettere in campo un'iniziativa in tempi rapidi, sarebbe quella tesa a far crescere ancora di più e ampliare il parco delle risorse interne sia creative che editoriali. Da questo punto di vista la RAI forse soffre oggi di un *gap* che ancora non siamo riusciti a colmare, pur essendo presenti in azienda figure di questo tipo.

MOLLICONE (*FDI*). Dottor Salini, non ho capito i tempi del giusto contratto.

SALINI. Stiamo avviando la seconda parte della fase uno.

MOLLICONE (*FDI*). Si parla di primavera?

SALINI. Lo auspichiamo.

CAPITANIO (*Lega*). Dottor Salini, si ricorda vagamente quanto è costato il contratto di Fiorello?

SALINI. Non ricordo con precisione. Posso assicurarle che le ore prodotte dalla collaborazione di Fiorello con Viva RaiPlay, che hanno occupato una *access* per cinque giorni a settimana prima del lancio sulla piattaforma, riempiendo il palinsesto radiofonico di Radio 2 non ricordo per quanti mesi, come investimento in comunicazione e *marketing* per il lancio di RaiPlay, dal punto di vista manageriale hanno rappresentato un accordo e un contratto positivo.

CAPITANIO (*Lega*). Ritorno pubblicitario?

SALINI. Per quanto riguarda il ritorno pubblicitario, le fornirò successivamente il dato. C'è stato sicuramente un ritorno pubblicitario, che anzi credo abbia colmato in qualche modo l'esborso, il costo dell'operazione complessiva di Fiorello. Oltre al ricavo pubblicitario, va valutato il ricavo in termini di *marketing*, comunicazione e ritorno per il lancio della piattaforma.

GAUDIANO (*M5S*). Dottor Salini, le chiedo di soffermarsi anche sul canone RAI.

SALINI. Per quanto riguarda il canone RAI, dal mese di gennaio abbiamo completato l'offerta televisiva via satellite con tutte le edizioni regionali al 100 per cento del territorio; da settembre partirà *refarming* con attivazione delle nuove reti per estendere ulteriormente la copertura. Per quanto riguarda poi il canone su queste zone, raggiungiamo comunque il 100 per cento con il satellite; è competenza però della RAI intervenire sul pagamento o meno del canone.

PRESIDENTE. Dottor Salini, vorrei chiederle un passaggio sul canale inglese.

SALINI. Signor Presidente, sul canale inglese siamo in ritardo, come lo siamo – ribadisco con forza – anche su altri obiettivi. Pensiamo e speriamo di portare a casa l'obiettivo entro l'estate. Abbiamo assegnato un *budget* e quindi non siamo rimasti fermi e inoperosi.

MOLLICONE (*FDI*). Siccome nel frattempo la cronaca ci sta sopra, comunico che Benotti, insieme ai suoi, è stato raggiunto da provvedimenti interdittivi. Sarà quindi utile informare la Commissione se realmente era un dipendente RAI.

PRESIDENTE. Vorremmo sapere anche che tipo di provvedimento prenderete, eventualmente anche una sospensione cautelativa.

SALINI. La notizia che Benotti è un dipendente RAI in aspettativa è corretta.

MOLLICONE (*FDI*). Sì, sono state prese iniziative interdittive; non un avviso di garanzia, di più.

PRESIDENTE. Attendiamo quindi una comunicazione sulle eventuali misure che assumerete.

GASPARRI (*FIBP-UDC*). Signor Presidente, a che titolo Benotti era in aspettativa? Per un'aspettativa ci vuole una ragione, altrimenti si dimette. L'aspettativa viene concessa se vi sono i requisiti di legge.

PRESIDENTE. Potrebbe avere degli incarichi. Comunque su tale questione ci faremo mandare riservatamente da RAI una nota che poi condivideremo. Attendiamo quindi qualche completamento.

GASPARRI (*FIBP-UDC*). Riservatamente? Ne parla tutta l'Italia.

PRESIDENTE. Riservatamente nel senso che la RAI farà avere alla Commissione dati che – immagino – siano riservati.

Ringrazio l'Amministratore delegato Salini e dichiaro conclusa la procedura informativa.

I lavori terminano alle ore 22,50.

