



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 35

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

AUDIZIONE DEL DIRETTORE DOCUMENTARI RAI

51<sup>a</sup> seduta: giovedì 8 ottobre 2020

Presidenza del presidente BARACHINI

## I N D I C E

## Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . . Pag. 3

## Sui lavori della commissione

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . . Pag. 3

## Audizione del Direttore Documentari RAI

PRESIDENTE:

- BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . . Pag. 4, 13,  
16 e passim

AIROLA (M5S), senatore . . . . . 14, 23, 24

FEDELI (PD), senatrice . . . . . 15

BERGESIO (L-SP-PSd'Az), senatore . . . . . 17

DE PETRIS (Misto - LeU), senatrice . . . . . 18

DI NICOLA (M5S) . . . . . 18

MANTOVANI (M5S), senatrice . . . . . 19

ANZALDI (IV), deputato . . . . . 20

MULÈ (FI), deputato . . . . . 21, 24

FORNARO (LEU), deputato . . . . . 24

GIAMMARIA, direttore documentari RAI Pag. 4, 25

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Forza Italia-Berlusconi Presidente: FI-BP; Fratelli d'Italia: FdI; 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-Liberi e Uguali: Misto-LeU; Misto-MAIE: Misto-MAIE; Misto-Più Europa con Emma Bonino: Misto-PEcEB; Misto-PSI: Misto-PSI.

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; Liberi e Uguali: LEU; Misto: Misto; Misto-Civica Popolare-AP-PSI-Area Civica: Misto-CP-A-PS-A; Misto-Minoranze Linguistiche: MISTO-MIN.LING.; Misto-Noi con l'Italia-USEI: Misto-NCIUSEI; Misto+Europa-Centro Democratico: Misto+E-CD; Misto-MAIE-Movimento associativo italiani all'estero: misto-MAIE; Misto-Sogno Italia 10 Volte Meglio: Misto-SI-10VM.

*Interviene il direttore Documentari RAI, dottor Duilio Giammaria, accompagnato dal direttore e dal vice direttore delle relazioni istituzionali, dottor Stefano Luppi e dottor Lorenzo Ottolenghi e dal dottor Lorenzo Di Dieco della direzione RAI Documentari.*

*I lavori hanno inizio alle ore 9.*

*(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 sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e, limitatamente all'audizione, sarà trasmessa la diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

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

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

#### **Sui lavori della commissione**

PRESIDENTE. In merito alla programmazione delle prossime sedute, ferme restando le audizioni, già previste, del direttore del canale istituzionale, dei direttori di rete di recente nomina, del presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) e del presidente del Comitato per le pari opportunità della RAI, avverto che da parte dell'onorevole Fornaro è stata avanzata la richiesta dell'audizione del responsabile della gestione del canone.

Preannuncio inoltre, come già anticipato ieri per le vie brevi ai componenti dell'Ufficio di Presidenza, che nella programmazione dei lavori potrà essere inserita anche l'audizione del Ministro dell'economia e delle finanze, per la necessaria valutazione, in particolare, delle difficoltà di bilancio della RAI, del quadro delle risorse finanziarie e della mancata attuazione del piano industriale.

Infine si rende necessario, da parte della RAI, un aggiornamento sullo stato di attuazione delle linee guida, finalizzate a evitare situazioni di conflitto di interessi fra produttori, artisti e agenti, in conformità con la risoluzione adottata nella precedente legislatura. Ricordo che già nell'audizione dell'amministratore delegato del 22 luglio scorso si evidenziò l'esi-

genza di essere puntualmente informati ogni volta in cui l'azienda intenda derogare i divieti generali posti dalle citate linee guida. A questo proposito, annuncio che è mia intenzione chiedere alla RAI un *report* sull'applicazione iniziale della direttiva sul conflitto interessi e sugli sviluppi successivi.

Di tutti gli argomenti appena menzionati si potrà comunque discutere nell'Ufficio di Presidenza integrato dai rappresentanti dei Gruppi, che è convocato al termine della seduta odierna.

#### **Audizione del Direttore Documentari RAI**

**PRESIDENTE.** L'ordine del giorno reca l'audizione del direttore Documentari RAI, dottor Duilio Gianmaria, accompagnato dal dottor Stefano Luppi e dal dottor Lorenzo Ottolenghi, rispettivamente direttore e vicedirettore dell'ufficio relazioni istituzionali e internazionali della RAI, e dal dottor Lorenzo Di Dieco, della direzione RAI Documentari.

Come di consueto, dopo un intervento introduttivo da parte del nostro auditore, seguiranno i quesiti da parte dei componenti della Commissione, ai quali egli avrà la possibilità di replicare.

Cedo quindi la parola al dottor Gianmaria, ringraziandolo ancora una volta per la sua disponibilità.

**GIAMMARIA.** Innanzitutto saluto e ringrazio il Presidente e gli onorevoli componenti della Commissione.

Per l'audizione odierna ho preparato un intervento che rivela l'entusiasmo con cui ho accolto la convocazione, avendo una grande considerazione dell'indirizzo e della guida che la politica può dare al servizio pubblico. Lo penso sinceramente, tanto più nel caso della neonata direzione che ho il compito di dirigere, per la quale esiste una vasta connessione, che cercherò di spiegarvi nel corso dell'audizione, tra politiche editoriali, impatto sull'economia di filiera e valore aggiunto per tutti i lavoratori e gli addetti del settore. I documentari sono infatti una filiera industriale importante del Paese, perché comunicano al mondo chi siamo e portano il mondo nelle case degli italiani.

La direzione Documentari – come sapete – è parte del piano industriale varato nel marzo 2019, poi approvato nell'ottobre scorso dal Ministero dello sviluppo economico e infine presentato e vagliato da questa autorevole Commissione nel novembre 2019. Siamo, quindi, nel solco di un processo particolarmente lungo e laborioso, di cui siamo parte.

Le attribuzioni delle responsabilità delle direzioni arrivarono in RAI il 13 gennaio di quest'anno, poche settimane prima che il Covid interrompesse la normale attività della nostra azienda e, naturalmente, del Paese. C'è stato poi un processo lungo, come avviene sempre quando nasce una nuova struttura in un'azienda complessa come la RAI, con gruppi

di lavoro e procedimenti, alcuni dei quali ancora in corso. Non è, quindi, ancora terminato il processo per il varo della direzione vera e propria, che in ogni caso è un segnale importante di innovazione, che risponde ad almeno tre precise esigenze: ampliare l'offerta dell'Azienda in un settore strategico in forte crescita; razionalizzare e ottimizzare le risorse aziendali, coordinando gli investimenti in questo settore – è questo un punto particolarmente importante, tanto più, come ha detto poco fa il Presidente, in un momento di riconsiderazione del *budget* e della situazione finanziaria aziendale – e rispondere agli stimoli del mercato, che da molto tempo e in modo ormai consolidato si rivolgono alla filiera industriale del documentario. Quello del documentario è infatti un settore industriale in grandissima crescita nel mondo e vorremmo che lo fosse anche in Italia.

Tutto ciò si pone a fondamento della nostra azione, così come previsto dal Contratto di servizio, che all'articolo 7 prevede che dobbiamo assicurare un adeguato sostegno allo sviluppo dei nostri produttori nazionali, contribuendo alla crescita di una produzione di qualità e di caratura internazionale, anche nel campo dei documentari. Quindi, questo «matrimonio di interesse», questa comunione di intenti con il legislatore sono descritti in termini davvero molto chiari nel contratto di servizio, che lega l'azienda a tutti gli italiani, perché spiega e giustifica la presenza del canone.

Come sapete, la direzione Documentari è sopravvissuta alla sospensione del piano industriale, proprio per l'indicazione contenuta nel Contratto di servizio. Siamo parte di una previsione normativa, di un contratto e quindi non potevamo essere sospesi, neanche volendo. In quel contratto la RAI si impegna anche a promuovere progetti di coproduzioni internazionali che valorizzino il nostro prodotto e ne agevolino la commercializzazione all'estero: è questo un punto molto importante. Si crea valore aggiunto nel prodotto, quando esso riesce ad andare all'estero, in termini sia di voci italiane, di esperti, di capacità operative, di tecnologie, di prodotti, di sapienza e di sapere, sia economici.

Tocca a noi assicurare un presidio aziendale dedicato allo sviluppo del genere documentario e, quindi, al coordinamento dei relativi investimenti. Anche questo è un punto davvero rilevante: saper coordinare gli investimenti dell'Azienda in questo settore è fondamentale, altrimenti si creano una dispersione di risorse, una sovrapposizione di linee editoriali e il rischio di non utilizzare al meglio la leva economica che il nostro servizio pubblico può dare all'intero settore. Se compriamo – ad esempio – troppo, o lo facciamo in maniera non coordinata, è chiaro che andiamo a disperdere le nostre risorse e a impoverire la capacità di produrre prodotti originali.

Le indicazioni del Contratto di servizio sono recepite nel piano industriale ed è molto forte e chiara l'esigenza di un deciso passo avanti sui documentari.

Essere un presidio della produzione italiana di documentari sul mercato internazionale può attrarre investimenti in questo campo. Tra pochi giorni si terrà a Roma il Mercato internazionale audiovisivo (MIA) e anche in quel contesto avremo la prova della capacità degli italiani di stare

sul mercato. Naturalmente ci sono già i grandi soggetti *over the top* (OTT), come Netflix e Amazon, che stanno conquistando un vasto spazio anche nel cuore degli italiani, perché la loro capacità di offrire prodotti documentaristici di qualità comincia a farsi sentire e a mordere la carne viva della nostra capacità di essere al centro della scena mediatica italiana, ovvero della «dieta mediatica» degli italiani. In sostanza, la missione che ci è stata data è molto delicata, perché dobbiamo evitare sprechi e sovrapposizioni.

Passo a darvi qualche breve elemento di scenario internazionale. Il documentario, nel 2019, è tra i primi generi televisivi nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Pensate che solo in Francia si producono 2.000 ore di documentari originali l'anno. Nel 2019 il genere documentario ha rappresentato il 31 per cento di tutti gli investimenti nell'audiovisivo nel mondo e ha quasi raggiunto la *fiction* seriale per importanza di investimenti, poiché costi e benefici della realizzazione dei documentari cominciano a essere percepiti quasi come quelli delle serie di *fiction*.

La BBC, il *broadcaster* di servizio pubblico del Regno Unito, favorito anche dall'uso della lingua inglese, è il primo committente al mondo in questo settore. Naturalmente la bilancia commerciale della Gran Bretagna si fa sentire, perché ha un vantaggio rispetto a noi molto evidente nella capacità di irraggiarsi nel mondo intero, con quasi 200 miliardi di raccolta dalle vendite dei prodotti: i grandi documentari di natura, quelli scientifici, molti dei quali vediamo in onda anche sulla RAI.

In Germania solo la ZDF (la seconda rete televisiva pubblica tedesca) trasmette oltre 400 ore di documentario: un investimento di 50 milioni di euro. Le piattaforme digitali, le cosiddette OTT, hanno acquisito valore proprio grazie al fattore di capacità di sviluppo. Se vi capita, su Netflix trovate un bellissimo documentario seriale che si chiama «Un omicidio irrisolto: il caso Rohwedder», che racconta in quattro ore l'unificazione economica e politica della DDR e della RFA, in un modo talmente avvincente e appassionante da dimostrare la capacità di un documentario di arrivare nelle case delle persone, portando non solo una sorta di intrattenimento, ma anche l'informazione. Il livello della difficoltà di parlare di temi di questo genere è alto: forse pochi di noi vedrebbero un documentario sulla riunificazione tedesca così, *d'emblée*, tanto più se ha una durata di quattro ore. Grazie, però, a un *plot* narrativo serio, vero, strutturato, ben raccontato e grazie, naturalmente, a un investimento adeguato, riusciamo a raccontare anche vicende molto complicate. Ed è questo è l'obiettivo di un documentario.

Il servizio pubblico radiotelevisivo francese France Télévisions, cui siamo legati da una profonda amicizia e anche da un rapporto di collaborazione di cui poi vi parlerò, investe 100 milioni l'anno nel documentario, di cui 90 sulle reti nazionali e 10 sulle reti regionali. Si tratta di un massiccio investimento da parte della televisione pubblica francese, un sistema che poi si irraggia anche nel sistema di sostegno pubblico, con il Centro nazionale di cinematografia (CNC), che investe 80 milioni l'anno nel genere documentario. Poi c'è ARTE, che di un *budget* complessivo di 600

milioni dedica almeno un terzo (200 milioni) al documentario. I nostri colleghi e amici francesi, che incontriamo spesso nei mercati e consessi, vivono una vita migliore della nostra e parlo anche dei colleghi e amici produttori indipendenti italiani.

Non è solo un privilegio, non è solo un investimento a fin di bene o per essere *politically correct*, ma è anche un investimento che porta la Francia nel mondo, tant'è vero che l'industria del lusso, della ricerca scientifica francese, dell'archeologia e, a volte, persino della politica è molto più rappresentata nel mondo della nostra. Saper fare documentari di qualità significa raccontare in modo migliore agli altri chi siamo e le possibilità che abbiamo. Come voi ben sapete, il nostro è un Paese che non aspetta altro che essere raccontato veramente.

Tutto sta cambiando rapidamente grazie agli OTT. E dico grazie perché è uno stimolo, una spinta molto forte per noi. La presenza dei documentari sulle piattaforme fa vedere, anche a un'azienda che si considera ed è al centro del servizio pubblico radiotelevisivo europeo, quanto dobbiamo saper competere, anche in maniera virtuosa. Come sapete, Disney ha avviato una *joint venture* con National Geographic; Amazon sta investendo massicciamente anche in Italia; Sky lancia tre nuovi canali specifici (Natura, Storia e Documentari generali).

Tutti si stanno muovendo in questo ambito, anche nel mondo produttivo indipendente, che è un settore nobile, perché la produzione indipendente è veramente lo strumento attraverso il quale costruire rapporti forti anche nelle realtà nazionali. Vi faccio qualche nome: la Palomar – come ricorderete, è la casa di produzione de «Il commissario Montalbano» – ha ceduto una parte del proprio capitale a un fondo internazionale e ha creato una sezione di documentari. La Fremantle, che da sempre ha una vocazione internazionale, ha creato una sezione di documentari. La Fandango (casa cinematografica di nobili origini), *Stand by Me* e Fabula Pictures – quest'ultima fa parte di un consorzio internazionale che si chiama Federation Entertainment, che riunisce sedici produttori, europei e non, su grandi progetti e anche noi abbiamo con loro un progetto – sono tutte aziende che fanno parte di consorzi di produttori, e questo dà l'idea che il gioco si sta facendo molto più ampio.

Il documentario scende, nella concezione degli italiani e spero anche di tutti noi, da quegli scaffali un po' polverosi in cui ciascuno di noi lo ha riposto: la parola documentario mediamente non suscita una grande attrazione nel pubblico e, di conseguenza, soffre spesso in termini di presenza nei palinsesti. È questa la grande terapia che stiamo cercando di avviare grazie alla creazione di RAI Documentari.

Avete molta più esperienza di me in tutto il sistema industriale ed economico della RAI e sapete che il nostro amministratore delegato, Fabrizio Salini, crede molto nella creazione di strutture di genere in direzioni orizzontali, che fanno parte del piano industriale che, dopo essere stato sospeso, credo tornerà – spero presto – a essere ripreso. Credo che tutti voi abbiate esplicitato la vostra adesione a questo progetto, il vostro convinci-

mento che si tratti di una necessità strutturale e non semplicemente di un'operazione di *make up* aziendale.

Come già avvenuto per la *fiction*, la creazione di un genere rivoluziona la presenza della RAI sul mercato e potenzia davvero molto la possibilità d'intervento dell'azienda in quel settore. Mentre infatti reti e canali – così come li conosciamo – hanno un *budget* dedicato al solo palinsesto dell'anno in corso (ad esempio per il 2020, per il 2021 e così via), noi, con adeguate risorse, possiamo progettare uno sviluppo editoriale strategico avviando coproduzioni che, in certi casi, avvengono nell'arco di due o tre anni. Occorre quindi un orizzonte temporale più ampio che ci metta nella condizione di partecipare da protagonisti sul mercato internazionale.

Abbiamo fatto i primi passi creando un piccolo gruppo di lavoro, qui rappresentato da Lorenzo Di Dieco, che ringrazio, e che include Giuliano Fiorini Rosa, il responsabile della pianificazione economica e mezzi, e Karina Guarino Laterza, che si occupa della valorizzazione del documentario in Italia e all'estero. È una squadra di autori, registi e produttori interni anche importanti, molti dei quali vengono dall'esperienza di «Petrolio», che è stata in questi anni, nella mia idea – per fortuna è stata riconosciuta dall'Azienda – il laboratorio della creazione di questa consapevolezza.

Vi faccio ora vedere una brevissima *clip*, uno *showreel* che si apre proprio con un documentario nato nella pancia di «Petrolio», che è stato la prima produzione di RAI Documentari e si chiama «Senza respiro». Racconta dell'esperienza diretta, drammatica, forte di quello che è successo (a Cremona, in gran parte) dietro le quinte del Covid: una coraggiosissima *film-maker* ha trascorso quattro settimane, in piena emergenza Covid, all'interno di un pronto soccorso. Ha vinto il premio Italia pochi giorni fa.

Quello che state ora vedendo è un altro prodotto importante nato nella produzione interna di quest'anno, che in qualche modo ritraccia tutte le grandi inchieste internazionali sul tema dell'11 settembre e del dietro le quinte.

Ora state vedendo una *clip* che mostra la bellezza di Venezia e racconta il modo in cui i veneziani hanno costruito, grazie alla tecnologia, la loro città, che ancora oggi deve convivere difendendosi dal mare.

C'è poi una grande biografia di Anna Magnani, coprodotta con ARTE, la rete televisiva franco-tedesca, con materiali inediti.

Quest'ultima *clip* che state vedendo riguarda un'inchiesta internazionale sulla finanziarizzazione dell'acqua e sulle conseguenze che ha comportato nel mondo anglosassone. Ma anche in Italia abbiamo potuto vedere le conseguenze che la finanziarizzazione ha provocato in alcune comunità in particolare.

C'è poi un'inchiesta dedicata al dietro le quinte della moda, una delle maggiori industrie inquinanti al mondo. Oggi i *designer* e i produttori se ne stanno rendendo conto e la sostenibilità è diventata parte del loro mondo. Dobbiamo però ricordarci che la *fast fashion*, vale a dire la

moda di basso profilo comprata nei grandi centri commerciali, spesso nasconde inquinamento e uno sfruttamento commerciale drammatico.

Questa è in un certo senso la nostra carta da visita, costruita veramente con poco, con alcuni degli esempi dei prodotti che stiamo presentando agli italiani, che stiamo coproducendo e portando all'attenzione del pubblico.

Dalle tematiche affrontate capirete che nel documentario c'è di tutto. C'è – ad esempio – la grande biografia visionaria sui personaggi che possono anche creare vocazioni e simpatia. Tutti noi siamo cresciuti con la televisione degli anni Sessanta – almeno per me sicuramente è stato così – e da ragazzi abbiamo avuto molto dall'Azienda. Penso dunque che anche i nostri ragazzi debbano ricevere qualcosa da noi, e cioè dei messaggi forti capaci di ispirarli, di creare consapevolezza, di guidarli. Questa è la nostra missione e ne siamo pienamente coscienti.

È nostra ferma intenzione allargare il più possibile l'ascolto e la collaborazione con il mondo indipendente dei produttori, così da garantire al pubblico della RAI le migliori proposte del mercato. Vogliamo essere e siamo il collettore di una pluralità di autori, registi e documentaristi di livello.

Il prodotto è da sempre al centro del nostro lavoro. Ci stiamo muovendo sul mercato internazionale. Abbiamo fatto un accordo – io stesso l'ho voluto fortemente quando ancora non ricoprivo la mia posizione di oggi – con la rete televisiva franco-tedesca ARTE (Association relative à la télévision européenne). Come sapete, si tratta di un grande progetto sviluppatosi alla fine degli anni Ottanta, voluto fortemente dalla politica più forte e più alta di quel momento, quando Kohl e Mitterrand si incontrarono e decisero che c'era bisogno di una televisione europea. L'Italia non fu presente a quell'appuntamento, che abbiamo perso.

Oggi stiamo riprendendo i fili di quel ragionamento, perché è vero che non esiste un'identità europea senza una comunicazione e una comunità di valori europee. ARTE contribuisce non poco a questo obiettivo e noi dobbiamo a essa legarci. Naturalmente è molto più ricca di noi; possiede una missione editoriale molto più specifica; non ha – ad esempio – pubblicità e gode di un *budget* immenso (600 milioni all'anno). Lavora a Strasburgo, così come a Parigi e nelle reti televisive franco-tedesche. È un'altra cosa, ma saper dialogare con quel mondo è per noi importante.

Sono tutte occasioni che si aprono per il nostro comparto industriale, per i nostri produttori indipendenti. Mi piacerebbe vedere centinaia di produttori indipendenti che non si limitano a vendere all'Azienda servizi di basso valore aggiunto, come – ad esempio – il *service* produttivo dei montaggi.

A «Petrolio» abbiamo lavorato davvero tanto con le società indipendenti che vivono sul massimo ribasso: come sapete, l'Azienda chiede dei montaggi che i produttori indipendenti offrono, lavorando su cifre estremamente ridotte: se il prodotto viene mandato in onda una sola volta o si tratta di un *talk show*, che vale un giorno e poi si butta via, è chiaro che le cifre non possono mai essere importanti.

Il valore aggiunto per i salari dei nostri colleghi del settore crescerà solo quando riusciremo a portare la loro ideazione, la loro capacità produttiva, di fotografia e di narrazione all'interno dei grandi contesti internazionali. Vi faccio un esempio concreto. Abbiamo avviato un rapporto con France Télévisions, che ha una sezione documentari un po' come la nostra, con una direzione molto grande e strutturata, con il *budget* di cui vi ho prima detto. Come sapete, France Télévisions ha orizzontalizzato l'azienda in maniera strutturale prima di noi.

Voglio mostrarvi ora una *clip* di «Sotto il vulcano», una coproduzione in atto in questo momento, che cerca di rispondere al perché gli uomini vivono sotto i vulcani, nonostante si corrano grandi rischi: qual è il legame che ci lega ai vulcani?

Come potete vedere nella *clip*, ci sono immagini sottomarine inedite delle bocche vulcaniche a largo di Panarea: ne abbiamo scoperte 200. Non so se siete a conoscenza dell'esistenza di un gigantesco vulcano sottomarino tra Napoli e Palermo. Il nostro è un Paese vulcanico per eccellenza.

Quando abbiamo proposto questo progetto a France Télévisions, l'adesione è stata immediata. Il *budget* del progetto, della durata di circa 90 minuti, è di 600.000 euro, tanto per darvi qualche cifra. Noi abbiamo investito 100.000 euro in finanza; abbiamo valorizzato in 80.000 euro l'apporto editoriale della nostra squadra, del personale interno. È stato riconosciuto alla nostra squadra, con il lavoro di ricerca e preparazione di questo documentario, il valore di 80.000 euro, e quindi un valore sostanziale. Complessivamente portiamo a casa un prodotto del valore di 600.000 euro, che è quindi un ottimo affare per l'investimento iniziale (100.000 euro a fronte di 600.000 di valore effettivo).

Abbiamo un grande progetto anche sul Mediterraneo con un consorzio internazionale. Anche in questo caso si parla di un grandissimo progetto di sei ore che vale letteralmente milioni.

Vi mostro anche a questo riguardo una brevissima *clip* e, contemporaneamente, vi racconto quanto sia stato importante questo lavoro. Parliamo del risultato di mesi e mesi di riprese in tutto il Mediterraneo, che racconta il rapporto tra noi e questo mare chiuso, che da sempre è la nostra base e che – come sapete – ha un rilevante problema di sostenibilità. Anche in questo caso, attraverso le immagini spettacolari che state vedendo, vogliamo veicolare un messaggio di consapevolezza nell'opinione pubblica in merito al fatto che abbiamo un rapporto quasi spirituale con quelle acque, che hanno sempre raccontato la nostra storia in giro per il mondo.

Ripeto: sono immagini straordinarie, considerato che dai primi documentari la tecnologia ha compiuto considerevoli passi in avanti anche in ambito subacqueo, consentendoci di portare le persone in luoghi finora davvero inaccessibili. Grazie alle coproduzioni internazionali questo prodotto vale ora un milione di euro, tanto per darvi un'idea. Abbiamo dunque raggiunto e superato la *fiction* seriale e, grazie alla coproduzione internazionale, si tratta di investimenti che si possono realizzare.

Come ci stiamo strutturando? Abbiamo due assi. Innanzitutto, c'è la *factory* interna: l'azienda dispone di una vasta riserva di materiali e capacità produttive interne. Si tratta di registi, autori e giornalisti: come sapete, grazie alla clausola del giusto contratto, da pochissimi giorni sono rientrati 250 giornalisti, e questo è un fatto epocale. Avendo fatto per tanti anni la gavetta aziendale, trovo che sia un passaggio davvero importante. Abbiamo portato all'interno delle risorse fantastiche, persone che hanno saputo costruire negli ultimi anni programmi di successo. Io – ad esempio – ho ereditato per i documentari tutti coloro che facevano parte del gruppo di «Petrolio», persone che hanno realizzato con me «Senza respiro», altri documentari e sono già pronte a entrare sulla scena del prodotto internazionale.

Per me si tratta di una grandissima risorsa. Dobbiamo quindi saper valorizzare le risorse interne e portarle a un livello alto. La sfida non è guardare semplicemente alla messa in onda del singolo soggetto, allo *share* il giorno dopo, ma anche avere una visione globale. E gli OTT sono là anche per ricordarcelo.

Insieme alla *factory* interna c'è naturalmente il rapporto forte con la produzione nazionale indipendente. Si tratta non solo di appaltatori, ma anche di risorse creative importanti, tra le quali ci sono aggregazioni di capacità produttive, visioni, scrittura. Un grande documentario non nasce se non c'è un grande scrittore e quella dello scrittore televisivo è una professionalità che noi stessi faticiamo a identificare. Trovare il ritmo, le parole giuste, la capacità di essere seducenti nel linguaggio, soprattutto quando si affrontano temi importanti, è molto difficile: questo è ciò che dobbiamo costruire.

Una via maestra è quella tracciata – ad esempio – da RAI Fiction, che è la direzione di genere più significativa e leggibile della nostra azienda. Tuttavia, a differenza di essa, noi siamo anche editori, nel senso che produciamo. RAI Fiction, al contrario, è una grandissima struttura di *commissioning*, grazie alla quale la *fiction* italiana è andata nel mondo. Oggi i miei colleghi francesi, tedeschi o inglesi sanno che cos'è una *fiction* italiana, e la riconoscono subito, la percepiscono dal suono, dall'espressione di un attore: abbiamo creato un *made in Italy* della *fiction* e questo è un fatto importantissimo. Se riusciremo a fare la stessa cosa per il documentario, la missione di RAI Documentari avrà raggiunto lo scopo.

Dobbiamo razionalizzare le risorse interne, come vi ho già detto. Questo è davvero importante. Compriamo tantissimo in azienda, molto più di quanto possiamo immaginare: mille rivoli di risorse vanno in mille direzioni diverse. I nostri amici francesi, tedeschi e inglesi sono felicissimi quando andiamo nei mercati, perché compriamo, raccogliamo diritti e li trasformiamo in collocazioni più o meno sparse (a volte li tagliuzziamo); perdiamo però valore aggiunto, perdiamo la capacità d'investimento in produzioni nostre originali e, quindi, togliamo valore alla nostra filiera.

Non mi dilungherò troppo sul fatto che è necessaria un'ottimizzazione interna: bisogna evitare le sovrapposizioni e le concorrenze interne

e spostare il valore dagli acquisti alla produzione originale nazionale, utilizzando al massimo il nostro archivio di diritti. Siamo forse una delle pochissime televisioni al mondo che dispone di un proprio archivio. I francesi e i tedeschi non hanno un proprio archivio, mentre la RAI dispone di un archivio ricchissimo. Quando sappiamo valorizzarlo nelle coproduzioni internazionali, gli diamo un valore di migliaia di euro al minuto. E questo porta soldi, anche nelle tasche di chi produce.

Abbiamo un'ultima notizia, per darvi l'idea di quanto il documentario sia vicino al mondo dei nostri colleghi giornalisti, molti dei quali sono rappresentanti di questa autorevole Commissione. Ieri due donne meravigliose – permettetemi di dirvelo – hanno vinto il premio Nobel per la chimica: si chiamano Charpentier e Doudna. Quando è uscita la notizia, gli unici ad avere un'intervista pronta delle due donne eravamo noi di RAI Documentari, avendo coprodotto un documentario con gli americani; tra l'altro, quel documentario è prodotto da Dan Rather. Ve ne faccio vedere una *clip*: si chiama «Human Nature» e racconta la grande avventura tecnologica e scientifica dalla scoperta del DNA e del CRISPR (nome attribuito a una famiglia di segmenti di DNA contenenti brevi sequenze ripetute).

Il TG1 ha trasmesso le immagini che state ora vedendo grazie al rapporto che abbiamo con loro; la stessa Charpentier, a un certo punto dell'intervista, parlava della paura che l'*editing* del DNA può provocare. L'incubo di un nazismo eugenetico è dietro l'angolo: dobbiamo creare consapevolezza. La ricerca scientifica non è mai neutra: è chiaro che dobbiamo saperla raccontare e farne parte. In questo documentario manca la parte italiana, che integreremo. Noi abbiamo una grandissima scuola di genetisti – ne parlavo proprio ieri con il Presidente – e dobbiamo dare voce ai nostri scienziati. Abbiamo gente di grandissimo livello in tutti i settori della medicina, della scienza, della tecnologia, delle imprese e della meccanica.

Faccio ora qualche breve cenno sulla presenza attuale nei palinsesti. Con RAI Uno, nel 2021, intendiamo costruire una serie di prime serate evento. È un vero *challenge* per noi, una sfida, la Formula 1 – per così dire – della televisione, ancora orientata al calcolo dello *share* del primo passaggio. Naturalmente è responsabilità dei direttori che ci concedono gli spazi e con cui dialoghiamo. Andare in prima serata su RAI Uno con dei documentari sarà una sfida gigantesca, che fa tremare i polsi a chiunque. Ci proveremo sapendo che quella prima messa in onda non significa che lo *share* è una ghigliottina rispetto a quel prodotto. Quando un prodotto funziona ed è ben vitale, durerà anni nei palinsesti e, dopo RAI Uno, potrebbe andare in onda l'anno successivo su RAI Tre e ovviamente su RAI Cinque o su RAI Storia. E lo potremo anche vendere in giro per il mondo. Dobbiamo pensare a quella filiera, esattamente come fanno gli OTT. Se guardate gli indici di ascolto – come li chiamiamo noi in gergo – degli OTT, vedrete che fanno ridere e sono davvero marginali: si parla di centinaia, a volte di migliaia di contatti. Eppure, perché fanno paura a tutti noi? Fanno paura perché hanno introdotto un modo rivoluzionario di toc-

care il prodotto e visionarlo; un modo che consente a tutti noi di vederlo, rivederlo, fermarci, guardarlo di nuovo, riguardarlo e di mandare un segnale a un nostro collega o amico per dirgli che è interessante. Ciò consente una lettura della televisione che toglie importanza alla linearità e a questa specie di dittatura del palinsesto, rendendolo elastico e molto più ricco. Il prodotto a uso ripetuto, come il documentario, è proprio al centro della nuova rivoluzione «industriale».

Su RAI Due abbiamo una serie di appuntamenti in seconda serata, e abbiamo già iniziato. Vogliamo investire nella cultura *pop*, nel *lifestyle*, nella tecnologia, nei consumi. In quella rete vorremmo lavorare sul *true crime*, un genere interessante per la narrazione. Andare a toccare dei delitti, a volte aventi anche uno sfondo politico, consente di rivedere e rileggere la nostra storia recente e magari di appassionare un pubblico abituato al linguaggio del *true crime*.

Vogliamo andare naturalmente su RAI Tre, che è la rete ideale. Con Franco Di Mare abbiamo iniziato un dialogo, ma non è facile, perché le reti ancora oggi si considerano proprietari degli spazi di palinsesto. Ne parlavo poco fa con l'Amministratore delegato; alle ore 15 abbiamo un appuntamento importante in azienda, con RAI Uno, RAI Due e RAI Tre, proprio per parlare degli *slot*. Non sarà facile vincere la tendenza a pensare che i palinsesti appartengano, come se fossero dei fondi agricoli, ai direttori di rete, che sono una sorta di latifondisti generali di tutto. La nostra è una cultura specializzata che produce molto (se vogliamo usare una metafora). Speriamo di poter mettere un campo di fragole anche in un campo di grano – ben delineato, per intenderci – che possa dare una risorsa e un valore aggiunto molto importanti.

Poi naturalmente c'è RAI Play, che è la piattaforma su cui dobbiamo costruire. Il convincimento aziendale è creare dei matrimoni d'interesse. Dobbiamo superare l'idea secondo cui le reti e le piattaforme sono degli editori indipendenti. C'è uno di editore, che si chiama RAI, e c'è un unico editore di riferimento, che è il nostro pubblico radiotelevisivo, anche attraverso l'uso non lineare.

Vi ringrazio molto per la vostra attenzione. Sono convinto che siamo entrati nell'epoca d'oro del documentario. Il varo della nostra direzione ne è la prova. Contiamo sul consiglio e sul supporto di tutte le parti in campo, e naturalmente sui vostri in prima battuta. Speriamo di poter continuare a tenervi informati sugli sviluppi, poiché tutto è ancora in rapida crescita.

PRESIDENTE. Desidero ringraziare il direttore Giammaria per averci tratteggiato la ricchezza dell'Azienda e la possibilità del servizio pubblico di raccontare il Paese e il suo sviluppo tecnologico.

L'era dei documentari è già oggi strategica. Basti pensare a quello che sta succedendo negli ultimi giorni con il documentario di Netflix intitolato «The social dilemma», che sta affrontando uno dei fronti più preoccupanti e drammatici della comunicazione internazionale.

Credo che la RAI abbia queste opportunità e, dunque, sarà strategico convogliare e orientare le risorse in quella direzione.

Ringrazio davvero molto il nostro audito anche per i contributi filmati e cedo la parola ai colleghi che intendono porre domande.

AIROLA (M5S). Sarò breve perché il nostro audito, nel suo intervento, ha già risposto a tutte le domande che intendevo rivolgergli.

Vorrei sottolineare alcune cose che mi sono state da altri dette. In primo luogo vorrei sapere se il *budget* complessivo a vostra disposizione sia adeguato alla sfida da affrontare. Nel Contratto di servizio mi pare sia prevista una quota percentuale esatta di ore dedicate alla trasmissione di documentari, che mi risulta essere di un certo rilievo. Il documentario è un genere basilare, prima cinematografico, poi passato agevolmente alla TV. Nello *showreel* che ci ha mostrato ho visto *reportage* che diventano documentari, ma ho visto anche documentari che possiamo definire autoriali. Anche nel documentario esiste una serie di generi, potendo essere d'autore, di *reportage* o di *crime*, come lei ci ha già spiegato.

È dunque molto importante far sapere alle produzioni esterne su cosa si intende investire, dando delle linee guida, per far comprendere che cosa sta cercando la RAI.

Mi appello in particolare al dottor Luppi, direttore delle relazioni istituzionali, al fine di stimolare l'amministratore delegato Salini, e poi al Ministro dell'economia e delle finanze, che a breve audiremo, perché la RAI è oggettivamente penalizzata per quanto riguarda i finanziamenti. Le sono stati infatti tolti molti fondi dal Governo e ciò non va bene, anche perché si chiede tanto e poi ci si lamenta. È vero che esistono degli sprechi. Non seguite la strada della vecchia RAI Fiction, dei primissimi tempi, con Andreatta, che faceva solo da appaltatore.

Lei ha detto che siete anche editori: è giusto valorizzare anche gli autori interni e ciò è già successo con grandi risultati.

È poi uscita la storia delle cosiddette «Happy five», relativa a poche grandi società, alcune delle quali sono state appena citate. La vostra *mission*, però – come lei ha detto – è far crescere il mercato dei piccoli e dei medi produttori.

So che anche il tema della trasparenza è diventato importante. Le chiedo quindi di avere dei dati sulle risorse a vostra disposizione e faccio appello al dottor Luppi per far arrivare all'amministratore delegato Salini la richiesta di sbloccare fondi adeguati per RAI Documentari.

Infine, sono sicuro che dallo *share* riceverete sorprese. Avrei voluto chiedere dove saranno trasmesse quelle produzioni, ma lei ha già risposto. A proposito poi della loro trasmissione in prima serata, sono certo che una TV ben fatta viene riconosciuta dagli italiani: è successo in tantissimi casi che non elenco.

Lo *share* non è più tanto importante per il servizio pubblico, anche se sono certo che un buon prodotto può funzionare. Del resto, ci si potrebbe chiedere chi potrebbe mai guardare un documentario sull'unificazione te-

desca, ma poi basta vedere il successo registrato dal documentario che lei ha citato, la cui durata è di quattro ore, per essere smentiti.

I cosiddetti OTT hanno la dittatura dei tracciamenti: Netflix – ad esempio – propone cose simili a quelle che ho già visto. Le altre emittenti hanno la dittatura del palinsesto, ma magari hanno anche la forza di proporre cose che non avrei mai scelto di vedere, e questo è importante.

Infine, le chiedo se avete un dialogo con le associazioni dei produttori di documentari. Abbiamo avuto in audizione alcuni soggetti, come l'Associazione documentaristi italiani Doc/it e altre realtà, che possono essere un interlocutore.

Ringrazio il direttore per la sua presenza, per il suo lavoro e per aver realizzato un punto di riferimento in RAI per il documentario.

FEDELI (PD). Innanzitutto desidero ringraziare il direttore Giammaria per avermi fatto oggi sognare nel pensare a una RAI con una programmazione di altissima qualità e a un'idea di investimento innovativo e molto forte sui documentari; un'idea che porta a svecchiare la visione del documentario «da soffitta» e a investire – come hanno fatto già Netflix e altre realtà – per far diventare attrattivo e coinvolgente il racconto italiano in tutti i campi, in tutte le specializzazioni e filiere delle produzioni intellettuali, al fine di creare interesse nel pubblico, nel «normale» utente.

Le chiedo però se nella vostra programmazione, che dovrà esaminare insieme all'Amministratore delegato già oggi pomeriggio, vi è anche l'idea di far utilizzare tutta la produzione di innovazione qualitativa al sistema scolastico italiano. Mi sembra questo un punto politico assolutamente necessario, perché stiamo parlando di racconti, di approfondimento e di capacità di comunicazione con linguaggi nuovi e coinvolgenti. Penso dunque non solo al coinvolgimento dell'utenza classica, a fini dello *share*, ma anche al fatto di far diventare tutto ciò uno strumento per l'apprendimento dei ragazzi, per appassionarli ai temi della storia e della conoscenza nei vari campi. Sottolineo in particolare il tema della scienza: in Italia registriamo un ritardo nell'alfabetizzazione scientifica, che riguarda non solo la conoscenza dei fatti che oggi ci coinvolgono, ma anche i nuovi linguaggi e alfabeti, come quello digitale.

Dopo aver detto al nostro audito di avermi fatto sognare nell'ascoltare la sua relazione e nel vedere le varie *clip*, passo alle domande. Seguendo i programmi televisivi, le chiedo se i programmi e gli *slot* che ci state annunciando siano consolidati. Vorrei sapere come si è strutturata la neonata importante direzione, con l'insieme delle reti, perché si tratta di un punto fondamentale, anzi della prima questione da porsi. L'investimento, che va fatto, deve realizzarsi esattamente intrecciando in modo strutturale le reti, le programmazioni e quindi gli *slot*. Reputo questo il punto fondamentale.

In secondo luogo, siccome ho particolarmente apprezzato la serie «Illuminate», che ha una certa caratteristica, le chiedo, nell'attuazione del contratto di servizio, basandosi sull'idea sistemica, di dirci qual è il rap-

porto di programmazione tra gli indipendenti e le piccole produzioni dei documentari.

Come giustamente lei ha affermato, esiste un tema che riguarda i linguaggi, la produzione, la scrittura e poi l'utilizzazione e la trasformazione, anche con le parti già interne alla RAI, che hanno quasi l'80 per cento. Io adoro la Palomar, ma capisco che fa la parte del leone. Le chiedo se esiste un rapporto tra tutte le produzioni indipendenti, le piccole produzioni. Vorrei conoscere il legame che esiste e come ha programmato il rapporto con le produzioni indipendenti, un rapporto peraltro previsto nel contratto di servizio.

Voglio porle un'ultima domanda, la cui risposta è scontata, ma desidero rivolgergliela come terza e conseguente rispetto alle prime due. Lei ci ha parlato del *budget* senza dirci se è sufficiente e ci ha detto che la programmazione è triennale. Come giustamente ha sostenuto, anche la tipologia d'innovazione nel linguaggio e nella strumentazione del docufilm o della docuserie ha bisogno di una programmazione, che non si può fare sull'anno, e su questo sono d'accordo. Le chiedo, però, se su questo terreno è previsto un investimento e a che punto siete. Tutti siamo d'accordo ed è normale e giusto che il primo punto di partenza sia la razionalizzazione, perché vuol dire no agli sprechi e vuol dire anche un intreccio tra le risorse che già ci sono e vengono in qualche modo riorientate verso gli obiettivi da lei descritti.

Le domando, però, se l'investimento è così importante e forte e se ne state discutendo; a che punto si trova, dal momento che sappiamo che la RAI non ha risorse e ricordo che l'Amministratore delegato in audizione ci ha detto che, dopo la fine del mese di dicembre 2020, non ci saranno più risorse neanche per il mantenimento dell'esistente. Figuriamoci se esistono per una programmazione d'innovazione e di cambiamento a cui – parlo per quanto mi riguarda e per ciò che rappresento – invece punto tantissimo: il racconto del Paese, l'investimento sui settori industriali e sulla capacità di portare culturalmente con i nuovi linguaggi e i nuovi strumenti l'insieme del *made in Italy* nell'ambito della competizione internazionale europea e mondiale è fondamentale proprio nell'interesse generale del Paese. La RAI è al servizio dell'interesse generale e, quindi, vorrei capire se di questo state discutendo, conseguentemente alla scelta strategica di investire sull'innovazione dei documentari.

PRESIDENTE. Mi permetto di fare un rilievo rispetto all'intervento della senatrice Fedeli.

In effetti, considerando anche le difficoltà di bilancio segnalate dall'Amministratore delegato, sarebbe importante che la vostra direzione si concentrasse sulle produzioni più che sugli acquisti di produzioni internazionali, ovviamente onerose e aventi un diverso impatto nel racconto e anche nel sostegno all'attività culturale ed economica del Paese.

Questa ovviamente è una valutazione che farete nel vostro ambito interno, ma che dal nostro punto di vista, anche rispetto alle tante posizioni

che abbiamo preso a sostegno dell'industria audiovisiva italiana e della cultura italiana, sarebbe importante.

BERGESIO (*L-SP-PSd'Az*). Quella odierna è un'audizione particolarmente interessante. Ringrazio il nostro audito per l'esposizione e soprattutto per la concretezza di quanto siamo riusciti direttamente a visionare.

Credo che siano state dette cose importanti dai colleghi che mi hanno preceduto. L'aspetto del tracciamento, di cui parlava prima il senatore Airolo, a mio avviso è fondamentale, perché dà la possibilità di avere sempre un'interlocuzione anche con ciò che si va a vedere.

Altro aspetto dal valore importante è il discorso scolastico, menzionato da chi mi ha preceduto.

RAI Documentari è stata creata dieci mesi fa. Il documentario «Senza respiro», di cui abbiamo visto uno spezzone, è un prodotto importante sull'emergenza Covid, e altri stanno andando in onda. Vorrei conoscere, se possibile, il dato – naturalmente parlo a nome del Gruppo cui appartengo – relativo alla percentuale dei documentari autoprodotti e di quelli acquistati e sapere chi li acquista, perché è fondamentale capire chi dà l'*input* e soprattutto chi li acquista. Vorrei sapere – ad esempio – se i documentari di «Sapiens», programma di RAI Tre, vengono comprati da RAI Documentari.

Vorremmo conoscere i costi complessivi per l'acquisto dei documentari; quale missione ha RAI Documentari in materia di gestione del magazzino e il suo potere decisionale, perché il magazzino significa archivio e lei prima ci ha spiegato che anche RAI Uno ha utilizzato il vostro materiale. Sarebbe poi importante unire le richieste a un unico interlocutore, perché aiuterebbe a risparmiare molto denaro. Le chiedo se questo è vero e se è possibile sapere come state operando in questo momento.

Lei ci ha indicato anche degli indirizzi sull'organizzazione, sull'impostazione di RAI Documentari e sul modo in cui sta operando. Vorremmo sapere qual è il vostro *budget*, soprattutto triennale, d'impostazione: è vero che esiste un Contratto di servizio, ma vorremmo conoscere il modo in cui state operando.

Dal momento che il famoso piano industriale pare sia morto e sepolto, le chiedo quale spazio hanno i prodotti di RAI Documentari sulle reti RAI e quali sono le tematiche: il tema fondamentale è quali sono i numeri. Poiché i documentari sono un genere assimilabile a quello cinematografico, vi chiedo se avete intenzione – mi rivolgo a lei perché è il direttore – di utilizzare un linguaggio diverso o – vista la sua storia di conduttore televisivo – di offrire ai telespettatori un prodotto più giornalistico rispetto a uno impostato più a livello cinematografico.

In tal caso, vorremmo sapere se questi prodotti possono andare in conflitto con altre testate, come lo «Speciale Tg1» o il «Tg2 Dossier»; se sono già in corso o ci saranno sinergie tra RAI Documentari e le altre testate per ridurre i costi e le spese; se c'è un'indicazione da parte dell'Amministratore delegato in questo senso, dal momento che lei ha detto che oggi vi incontrerete.

Queste, in sintesi, sono le nostre domande.

DE PETRIS (*Misto-LeU*). Ringrazio il direttore Giammaria per aver accolto l'invito a partecipare a questa audizione e per averci dato delle informazioni importanti dal punto di vista non solo programmatico, ma in qualche modo anche strategico, sapendo quale rilevanza ha oggi il genere documentario.

Aggiungo che condivido molte delle sue analisi e affermazioni. Sempre di più abbiamo visto che una serie di prodotti anche molto interessanti ha segnato il vero elemento innovativo del genere documentario. E abbiamo rilevato quanto sia fondamentale oggi tale strumento non tanto per educare, quanto per creare consapevolezza in merito alle grandi questioni e alla complessità dei problemi che ci troviamo ad affrontare e che riguardano non solo il nostro Paese, ma il mondo intero, come la pandemia; le grandi questioni dei cambiamenti climatici, i rilevanti problemi dell'informazione. Il documentario può, in modo anche molto efficace, riuscire a intervenire sulla complessità dei problemi di tal genere, in modo da appassionare e creare, quindi, informazione e consapevolezza, fattore assolutamente centrale e strategico per il nostro Paese.

Lei ha detto che il documentario narra il Paese, è uno strumento di narrazione del Paese, come avviene in Francia. A maggior ragione, credo sia fondamentale capire – e questa è la domanda – quanto si valorizza l'autoproduzione, e cioè la parte che lei ha definito la direzione come editore e non soltanto come soggetto, come centro che acquista. Significa essere editori e valorizzare la produzione interna. Significa peraltro avere la capacità di dare forza anche ai piccoli produttori indipendenti, perché a questo punto diventa fondamentale la sinergia tra il servizio pubblico e il settore audiovisivo italiano.

Come il collega Airola, penso che non si debba accettare la schiavitù dello *share* e credo che anche in prima serata si possano raggiungere grandi soddisfazioni: magari non sarà così all'inizio, ma è assolutamente fondamentale che ciò accada. In ogni caso, non bisogna avere paura.

È chiaro che in alcune produzioni potranno esserci elementi di impostazione più giornalistica e altri di diverso genere. L'importante è che, all'interno di tutte le produzioni RAI, non ci siano troppe sovrapposizioni. La novità è la direzione Documentari, che – a mio avviso – deve diventare una piattaforma per tutte le altre reti, per evitare doppioni che diventano un problema.

Vorrei capire, dunque, in quale misura riusciamo ad avere un ruolo come editori, utilizzando il personale interno, dal punto di vista non solo delle risorse umane, ma anche della produzione vera e propria, anche nel rapporto con le tutte le altre reti.

DI NICOLA (*M5S*). Ringrazio il direttore Giammaria per la sua esposizione e mi associo a chi ha detto che in qualche modo ci fa sognare. Magari può sembrare esagerato, ma è una constatazione derivante dal fatto che finalmente in Commissione cominciano ad arrivare cose concrete, a

dimostrazione che non ci siamo sbagliati nel puntare tantissimo sul prodotto dei documentari, per le ottime ragioni che oggi abbiamo ascoltato e che è inutile che io ripeta: valorizzazione dell'immagine dell'Italia, della sua cultura, di tutte le sue risorse, oltre la capacità di realizzare come azienda e come strutture giornalistiche prodotti che hanno dignità per stare su un mercato internazionale difficile e dai quali possono derivare anche importanti risorse.

Dottor Giammaria, mi piace poi sottolineare il fatto che lei sia qui oggi come direttore di una nuova struttura che ci dà ulteriore speranza, perché le potenzialità del suo progetto dimostrano che, ove il piano industriale trova applicazione – e sta cominciando ad accadere – i risultati si vedono. L'azienda RAI – e qui ne siamo stati sempre tutti convinti – ha le risorse necessarie per stare sul mercato, ma anche per ridisegnare una produzione editoriale alla luce della *mission* del servizio pubblico, che noi vorremmo potenziata e rinnovata.

Non mi soffermo su altri aspetti importanti, che pure potrei citare, e vengo alle domande.

Innanzitutto, per quanto riguarda le risorse, lei ci ha indicato le cifre importantissime realizzate da realtà internazionali: ha ricordato ARTE, le produzioni francesi, inglesi e così via. Le chiedo di dettagliarci in modo migliore le risorse che ritiene indispensabili affinché ci si riesca ad attestare, da qui ad uno o due anni, su uno *standard* minimo che dia comunque un segnale importante. Le chiedo poi di indicarci quali risorse sono necessarie per raggiungere traguardi magari più ambiziosi, contando sulle capacità produttive interne.

Lei ha accennato al tema – nelle domande è venuto fuori, anche perché qui sono presenti molti giornalisti – della problematicità e complessità dei rapporti per la collocazione del prodotto. Le chiedo di dirci al riguardo qualcosa in più, se possibile, perché è un profilo che trovo molto interessante e del quale dovremmo preoccuparci. È necessario, infatti, collocare bene, agli orari giusti e in punti adeguati del palinsesto, i prodotti che lei andrà a realizzare, che sono sicuro saranno di ottima qualità, visto quello che lei ha già fatto sul campo come giornalista.

MANTOVANI (M5S). Signor Presidente, ringrazio il direttore Giammaria per la sua presentazione, che ci ha fatto sicuramente capire le potenzialità di Rai Documentari, soprattutto per la crescita della cultura del nostro Paese, nella consapevolezza che, tramite questo strumento, è possibile elevare anche le conoscenze generali delle persone.

Faccio un esempio specifico. Mentre ieri è stato assegnato il premio Nobel per la chimica a due scienziate, una francese e una americana, è notizia di qualche giorno fa che l'Italia è maglia nera in Europa per numero di laureate in discipline scientifiche STEM (Scienze, tecnologie, ingegneria e matematica). In realtà esiste il problema delle conoscenze scientifiche: l'accesso alle lauree e agli sbocchi professionali in ambito scientifico è abbastanza ristretto per quanto riguarda gli italiani in generale e, soprattutto, per le donne.

La questione è fare appassionare alle materie scientifiche i bambini e le bambine fin dall'infanzia, fin dalla scuola. Si tratta ormai di un problema strutturale del Paese. Penso che la scuola abbia bisogno di un aiuto in questo senso e RAI Documentari potrebbe offrire un grosso contributo in tale direzione.

Chiederei dunque di rivolgere un'attenzione particolare non solo alle scienze classiche, ma anche alla scienza e alla tecnologia, a cominciare da quella informatica e da quello che c'è dietro, con riguardo alle competenze necessarie per arrivare a utilizzare la tecnologia che abbiamo oggi e per comprenderne il funzionamento. Riusciremo infatti a utilizzare bene certi strumenti se ne capiamo esattamente il funzionamento, sapendo che cos'è l'algoritmo e come tali strumenti ragionano.

Sarebbe utile avere un contributo da RAI Documentari per fare appassionare in questo senso le giovani generazioni e, nel contempo, anche per alfabetizzare gli adulti, a cominciare forse proprio dagli insegnanti. A tal fine occorrerebbe una programmazione abbastanza organizzata e in fasce orarie adeguate, in modo tale che non siano meri *spot*, ma vi sia una certa continuità.

ANZALDI (IV). Direttore, anch'io la ringrazio.

Le devo dire che da qualche tempo ho il dubbio che in RAI si lavori male e penso che lei oggi ce lo abbia confermato. Mi spiego in modo migliore. Pur occupandoci di RAI, non conoscevamo le immagini molto belle che ci avete oggi mostrato e, come noi, credo non le conoscano tutti gli italiani.

Lei ha dovuto chiedere alla nostra Commissione di montare uno schermo per farci vedere delle *clip*: queste cose sono invisibili per gli italiani.

Uno dei filmati trasmessi, «Drugs- Sostanze tossiche», l'ho già visto. Voglio ricordare ai colleghi – non a lei – che quel filmato è andato in onda il 1° settembre alle ore 23,50; e in quel periodo si avevano 40 gradi di temperatura, anche di sera e all'ombra. È un documentario italiano agghiacciante, fatto da giornalisti italiani. Il titolo parla di droga, ma non c'entra niente la droga: parla invece della nuova medicina, il Fentanyl, che viene data per un semplice mal di schiena e di cui poi si diventa dipendenti a vita. Ricordo che ha messo in ginocchio gli Stati Uniti. Questo documentario è andata in onda oltre l'una di notte, l'ho visto fino alla fine e devo dire che è stato molto lento.

Spero lei renda questa sua esposizione – altrimenti chiederò al Presidente di mandarla egli stesso – al Consiglio di amministrazione oggi alle ore 15.

Si parla di *share*, ma lo *share* c'è, come dimostrano le televisioni commerciali. Purgatori, Giacobbo e Piero Angela fanno dei documentari come i suoi e penso ci vivano comodamente. È un problema – come lei ha detto – che riguarda i direttori dei palinsesti. Noi continuiamo a parlare di soldi e a dire che mancano. Oggi un articolo puntuale di Luttazzi su «il Fatto Quotidiano» cita delle ricerche e mostra come i soldi vengano but-

tati senza tenere conto dello *share*, delle programmazioni, dei contratti e di tutto il resto.

Secondo me il problema è più grave: lei può produrre quello che vuole, ma è inutile se poi lo buttiamo o, peggio, se lo vendiamo all'estero. Vorrei anche vedere a che cifra lo si vende e qual è l'incasso. Prova ne è la *clip* sui vulcani che ci ha fatto prima vedere: è materia da Protezione civile, perché in quelle zone si continua non solo a costruire, ma anche a vivere e a fare le feste. Agli italiani è stato fatto conoscere quel mondo e la sua pericolosità.

C'è tutta una serie di cose che la RAI oggi fa di cui non si sa quale sia la fine. E qui oggi ne abbiamo vista qualcuna. Non si tratta solo di un problema di soldi: è un problema anche di volontà.

Lei ha messo su una struttura, ma non basta se un documentario non entra nel palinsesto in certi orari e non è diffuso attraverso i *social*. Andrebbe diffuso su Internet, ma la RAI non sa cos'è Internet, nonostante le promesse fatte in questa Commissione di vigilanza da almeno due legislature. È un lavoro che gli italiani pagano e che purtroppo si perde.

Secondo me, sulla base di questa audizione, noi dovremmo scrivere al Consiglio di amministrazione e chiedere quali intenzioni ha, perché ha un contratto e lo rispetta, nel senso che ha creato una direzione, paga i soldi per fare il documentario e poi lo trasmette all'una di notte. Bisognerebbe poi anche aprire un dibattito su cosa viene trasmesso fino a mezzanotte e quali sono le spese fino a quell'ora.

Questa Commissione ha fatto conoscere agli italiani quei contratti famosi di giornalista-artista o di artista-giornalista. È una situazione che non può più andare avanti. Come ho detto ieri, non si può continuare questa discussione chiedendo altri soldi agli italiani.

PRESIDENTE. Su questo poi apriremo una discussione in Ufficio di Presidenza.

È ovvio che tutte le richieste di un'estensione delle risorse dovranno per forza far riferimento ad alcune attività del Contratto di servizio, nonché a una razionalizzazione e a una strutturazione delle stesse e anche a un piano industriale vero e proprio, che è stato bloccato per ragioni emergenziali, ma anche di bilancio, e non può attendere oltre. Se non quello, è necessario un piano industriale altrettanto operativo.

MULÈ (*FI*). Dottor Giammaria, oggi con la sua passione e la sua competenza ci consegna di fatto l'immagine del tradimento della missione del servizio pubblico, laddove la sua passione e la sua competenza diventano frustrazione.

Noi politicamente da spettatori – e anche un po' da colleghi, mi permetta – vediamo questo tradimento, che si sostanzia in quello che è successo ieri. Lei ha uno straordinario documentario sulle due vincitrici del premio Nobel Charpentier e Doudna, ma soltanto per rapporti «amicali» o di colleganza con il direttore del TG1 riesce a infilare una pillola all'in-

terno del TG1; lì c'è il tradimento del servizio pubblico, perché non obbedisce alla sua missione.

Lei giustamente ci spiattella la situazione: i direttori di rete si considerano proprietari o feudatari, con i loro *gefolgschaft* e *genossenschaft*. Hanno la loro proprietà, nella quale non si può entrare. È proprio lì che la piramide va rovesciata, perché i suoi documentari non sono dei pezzi di storia. Lei non ha nella bacheca documentari su Tullo Ostilio, Marco Tullio, Hitler e Mussolini: lei ha e produrrà materiale che, in ogni momento della vita sociale e politica attuale italiana, europea e mondiale, dovrà entrare in programmazione. Lei non può essere assoggettato, nella visione di una RAI realmente attenta a quello che produce e alla missione di servizio pubblico; se così è, lei fa un lavoro inutile e noi buttiamo via i denari.

La piramide va rovesciata: è lei che dovrebbe andare dal direttore del TG1 e dire che, siccome è successo un certo fatto, si deve trovare una collocazione tra RAI Uno, RAI Due e RAI Tre, in modo che si faccia vedere che la RAI ha quel prodotto e lo manda in onda. Mi viene da dire che poi gli spazi sono pazzeschi, se lei considera che alle ore 15,45 mandiamo in onda prodotti prossimi alla pornografia su RAI Cinque. Mi viene da dire che non ci vuole nulla. Sto parlando di «Girotondo», prossimo alla pornografia: trasmissione nella quale sono contenute scene esplicite di amplessi sessuali, e non soltanto audio, ma anche video, andata in onda tre giorni fa. E al riguardo è stato presentato un quesito alla RAI.

Se sul canale della cultura si mandano in onda scene di sesso con dozzina di particolari, per un'ora e un quarto, siamo al di là del bene e del male. Si tratta di immagini che neanche all'una di notte in passato mandavano in onda: attualmente, alle ore 16, nel pomeriggio si va tranquilli.

Per quanto mi riguarda, in questo momento lei dovrebbe rappresentare la punta di diamante e l'ariete della RAI, se vuole realmente fare servizio pubblico.

Piero Angela è documentario, ma non è documentario: è documentario nella misura in cui documenta qualcosa che è successo, e diventa servizio pubblico nel momento in cui proietta l'esistente a quello che dovrebbe essere il futuro. È sbagliato collocarlo nella casella del documentario, perché dimostra peraltro che quella forma di narrazione, che obbedisce alla serietà e alla nettezza del racconto del passato con la capacità di essere proiettato nel futuro, ha risultati di *share* imparagonabili rispetto agli altri.

Penso che lei abbia già fatto una ricognizione sul materiale che ha in casa e forse ha già fatto in tempo – altrimenti lo vedremo dopo – a capire quanto di quello che è stato acquistato poi viene effettivamente trasmesso. Peraltro, tutto viene acquistato sulla base di un piano editoriale. Lei è editore e sa che, da qui a dieci anni, avremo il grande problema, a cui lei faceva riferimento, dell'acqua e della sua finanziarizzazione. Nascono dei fondi e dei *future* sull'acqua. Se l'acqua diventa una risorsa che obbedisce a investitori, come chiunque di noi, significa che non è più patrimo-

nio comune. Allora è fondamentale andarci dentro adesso, prima che ci ritroviamo con un fondo proprietario di diversi bacini d'acqua.

Se tutto questo è vero – ed è drammaticamente vero rispetto al suo rapporto – la capacità d'interazione con le reti e con l'Amministratore delegato non può esaurirsi in una riunione nel corso della quale si danno delle direttive, che vengono seguite soltanto se quella mattina il direttore non ha da trasmettere un *talk show* o un programma di intrattenimento in prima serata.

Vorrei richiamare l'attenzione su questo punto, che poi investe anche l'Amministratore delegato, la *governance* e la missione del servizio pubblico: la RAI non dovrebbe fare *talk show*, se non in minima parte. La RAI dovrebbe fare quello che fa lei, e cioè dovrebbe distribuire nell'arco della giornata – ovviamente non propinandoci dalla mattina alla sera documentari su Tullio Ostilio – quelle «vitamine» di sociale, di politica e attualità che passano attraverso la sua narrazione.

Il problema da porsi adesso è il seguente: quante prime serate di RAI Uno, serate evento, che lei ha detto essere già in programma, saranno a ciò dedicate? Nel momento però in cui parla di «serate evento», abbiamo già capito che ha fallito: se diventa un evento e non la normalità, si obbedisce a una logica che ghettizza il prodotto di RAI Documentari e lo considera soltanto *semel in anno*.

Ciò non va bene, così come non va bene che su RAI Due ci siano solo seconde serate dedicate al documentario: perché non prevedere anche su RAI Due delle prime serate legate – ad esempio – al *top crime*? Perché non farlo in prima serata? Abbiamo dimostrazione del fatto che su Mediaset, su La7 o su Sky quel tipo di programmi, ancora oggi, ottiene grandi ascolti e molto successo, anche a livello di raccolta pubblicitaria. Perché la RAI deve ghettizzarli in seconda serata? Il nostro auditore comprende che mette a disposizione un patrimonio editoriale e commerciale – non bisogna avere paura di chiamare le cose con il loro nome – che viene svilito da chi dovrebbe invece valorizzarlo?

Rispetto a tutto questo, la sua missione rischia di essere non *accomplished*, ma *failure*, se non si danno regole precise.

PRESIDENTE. L'onorevole Mulè – secondo me – ha toccato un punto importante: in una normale dinamica aziendale funzionante, probabilmente ieri sera sarebbe andato in onda il documentario sulle due vincitrici del premio Nobel, «lanciato» dall'edizione del TG1, che aveva trasmesso le due interviste.

AIROLA (M5S). Signor Presidente, secondo me qui si pone il tema dell'indipendenza editoriale. Non siamo noi a poter dire cosa deve andare in onda. Soprattutto da lei, signor Presidente, non me lo aspetto.

PRESIDENTE. In presenza di una notizia di quella rilevanza e in presenza di un documento esclusivo, come quello in possesso della direzione Documentari, ritengo, editorialmente, che la valutazione di mandarlo

in onda il prima possibile sia perfettamente coerente e non sia affatto invasivo delle competenze dell'azienda editoriale. Questa è una riflessione.

AIROLA (*M5S*). È una riflessione che può fare, ma non sedendo sulla sedia da Presidente della Commissione.

PRESIDENTE. La rivendico, perché l'atto di indirizzo volto a rispondere all'attualità, nella maniera migliore e più approfondita possibile, è un nostro assoluto dovere, è di tutti e non solo mio.

MULÈ (*FI*). È come se domani – per esempio – morisse un grande italiano e, pur avendo un documentario a lui dedicato, non lo mandassero in onda. È la stessa identica cosa.

PRESIDENTE. Anche con Zavoli abbiamo chiesto la stessa cosa. In ogni caso, è una riflessione non gradita da alcuni, ma per me doverosa.

FORNARO (*LEU*). Desidero davvero ringraziare il nostro auditore per averci fornito, per la prima volta dopo molto tempo, alcuni squarci di quella che potrebbe essere la RAI del futuro.

Allo stesso modo mi sento di dire che alcune delle sollecitazioni dei colleghi più che a lui andrebbero rivolte ai vertici dell'Azienda: questo mi sembra evidente e reputo quindi necessario prevedere a breve anche un'audizione dell'Amministratore delegato, che so essere in programma. A tal proposito si ripropongono – a mio avviso – altre questioni, che però non sono oggetto della presente audizione.

Quello che mi sento di dire, da membro della Commissione di vigilanza, è di andare avanti forti di un sostegno che ritengo sia molto diffuso. Credo infatti che la RAI, come servizio pubblico, abbia molto bisogno della visione che ha presentato il nostro auditore e che ne abbiano molto bisogno anche gli italiani.

Per combattere la disinformazione e le *fake news*, che sono un tema ricorrente, c'è bisogno di trovare strumenti in grado di semplificare la complessità, senza banalizzarla. Credo che, da questo punto di vista, il documentario di qualità sia uno strumento davvero molto utile. Poi è chiaro che la sua collocazione all'interno dei palinsesti è la chiave di tutto. La prossima volta che incontreremo l'Amministratore delegato dovremmo chiedergli più coraggio da questo punto di vista. In passato ci sono stati esempi in cui il coraggio, alla fine, è stato premiato da parte degli utenti, con ricadute anche economiche positive.

Sono d'accordo con il deputato Mulè: non bisogna vergognarsi perché, se si riesce a trovare un filone e si va in prima serata, con successo, ciò genera pubblicità e anche movimento positivo. Quindi, occorre andare avanti con coraggio – se mi si passa la «battuta pubblicitaria»- perché questa è la strada per costruire una RAI diversa. Da questo punto di vista, dobbiamo riconoscere all'Amministratore delegato e ai vertici che l'aver creato la direzione rappresenta una novità, che va nella direzione giusta.

PRESIDENTE. Se non ci sono altri interventi, invito il nostro audito a rispondere alle tante sollecitazioni proposte.

GIAMMARIA. Signor Presidente, vi ringrazio davvero molto per le vostre sollecitazioni e anche per gli incoraggiamenti, l'ultimo dei quali è arrivato ora dall'onorevole Fornaro.

Vi ringrazio anche per aver capito che, dietro questa direzione, c'è un pezzo dell'innovazione complessiva del sistema mediatico.

Passando agli spunti che ci sono stati rivolti, parto dalla trasparenza, di cui ha parlato il senatore Airola. La trasparenza è importante, tant'è vero che abbiamo aperto, sul sito della RAI, una vera e propria casella che consente a tutti i produttori di depositare in maniera sistematica i propri progetti e di essere repertoriati.

Abbiamo inoltre aperto dei tavoli di discussione con l'Associazione produttori audiovisivi (APA) e con l'Associazione documentaristi italiani (Doc/it). Nei prossimi giorni andremo al Mercato internazionale audiovisivo (MIA) a presentare il nostro programma editoriale e alla Festa del cinema, dove apriremo un dibattito anche con le OTT, che ritengo siano parte della nostra sfida, tanto che, su diversi progetti, stiamo incrociando i diritti con loro. Un documentario ha infatti una vita talmente lunga che spesso può – anzi deve – non solo proiettarsi sulla messa in onda della RAI, ma può anche essere coprodotto perfino con Sky.

È successo – così come è avvenuto – di iniziare a coprodurre con le piattaforme. Dobbiamo saper dialogare con questo mondo, perché il mondo cambia non solo per il fatto che lo teniamo fuori di casa, ma anche perché dobbiamo saper farne parte.

A proposito della domanda della senatrice Fedeli relativa al rapporto con il sistema scolastico, è molto importante quello che ha detto: la scienza, la tecnologia e anche la consapevolezza storica devono far parte del patrimonio del nostro Paese. Con il MIUR possiamo costruire – e lo faremo – un rapporto di collaborazione, fornendo dei materiali, e sapendo che ormai nelle scuole si può tranquillamente accedere ai vari materiali sulle piattaforme. Mi dicono – ad esempio – che quel documentario semplice, scolasticamente quasi ineccepibile, intitolato «The social dilemma», che il Presidente ha citato poc'anzi, è stato proiettato nella classe di mia figlia: grande è il mio rammarico dal punto di vista della RAI, ma ne ho anche ricevuto grande stimolo, perché so che quello è un fronte che dobbiamo coprire e, se non lo facciamo noi, lo coprirà qualcun altro. Quindi, dobbiamo dialogare anche con le istituzioni della scuola e non c'è dubbio che sia estremamente importante.

Quanto al rapporto tra produzioni indipendenti e risorse interne, c'è collaborazione massima e persino fusione. La BBC ha creato – ad esempio – una struttura che si chiama BBC Studios, che le consente di far competere le risorse interne con quelle esterne. BBC Studios può addirittura offrire servizi all'esterno. Se l'azienda riuscirà a mettere insieme le proprie risorse interne e a farle dialogare con quelle esterne, con una produzione indipendente, non ci dovrà più essere un conflitto aperto e neces-

sario. Non c'è una saracinesca tra la RAI e il mondo esterno: c'è un dialogo costante che può mischiarsi, fondersi creativamente e finanziariamente, anche perché i produttori indipendenti portano risorse grazie ai fondi pubblici, accedono – ad esempio – attraverso il MiBACT ai fondi di sostegno; quelli francesi – non ne parliamo – sono ricchissimi e, quindi, possono portare grandissimo apporto.

Sul *budget* darò una risposta complessiva.

Il senatore Bergesio mi ha chiesto qual è la percentuale tra produzione e acquisto. Non è ancora chiarissima. Spero si possa comparare in maniera chiara. Quello che è certo è che la produzione esterna è una parte importante della nostra missione, ma non perché vogliamo appaltare – come dicevo – ma perché vogliamo valorizzare la creatività e la capacità dei produttori indipendenti. Questo non significa rinunciare alla propria missione di servizio pubblico: significa accentuarla; significa essere volano dell'industria, anche editorialmente. Quando si costruisce un prodotto con l'esterno e lo si guida editorialmente, può dare dei grandi risultati e, se poi riusciamo a far dialogare – su questo abbiamo diversi progetti – i nostri inviati, i nostri registi con la produzione esterna, ancora meglio: valorizzeremo le nostre risorse interne, daremo loro un valore economico, lo faremo apparire e tutto ciò creerà maggiore coesione tra l'interno e l'esterno.

Il senatore Bergesio mi ha anche chiesto di «Sapiens – Un solo pianeta». Come sapete, è un programma di RAI Tre che usa molto i documentari. Come razionalizzare gli acquisti è un tema. Molto spesso i documentari – ne ha parlato anche poco fa l'onorevole Mulè – sono programmi che aggregano contenuti già esistenti, li comprano. RAI Documentari nella *mission* ha la funzione di ottimizzare non solo il magazzino, ma probabilmente anche le modalità editoriali con cui vengono scelti i documentari di acquisto. Vorremmo evitare di trovarci davanti, come nel passato – remoto, per fortuna – a due documentari su Caravaggio comprati entrambi dagli inglesi e, quindi, avere addirittura due documentari su un grande personaggio italiano prodotti dagli inglesi. Le sovrapposizioni ci sono, ci sono state e dobbiamo evitare ci siano in futuro.

Come dicevo, il processo non è completato, dobbiamo ancora definirlo in modo migliore, ma il piano industriale è la nostra guida, onorevoli senatori e deputati. Senza quel piano industriale, RAI Documentari – è vero – perde completamente senso. Siamo in terra incognita in questo momento; ci stiamo avviando in una zona nuova, ma sappiamo – mi ha fatto molto piacere che ne abbiate parlato tutti e ci sia piena consapevolezza da parte della politica – che non la scegliamo noi: ci sta venendo incontro e non possiamo evitarla; dobbiamo solo essere capaci di usarla come strumento e di metterla a frutto della nostra opinione pubblica, della nostra industria, della nostra consapevolezza.

Sul quesito sulla natura giornalistica o cinematografica del documentario, posto sempre dal senatore Bergesio, la risposta è entrambe. Nel documentario ci può essere giornalismo e ci può essere cinema, nel senso che un buon racconto giornalistico – mi rivolgo ai colleghi che conoscono

bene questo mestiere – può essere anche un grande racconto cinematografico; dipende da come lo si racconta, da quanti mezzi e capacità si hanno di metterlo in scena.

Quanto ai rapporti che abbiamo con gli altri editori interni, dobbiamo costruirli. Anche questo è un processo da costruire. Gli editori interni sono le strutture editoriali delle singole reti che ancora oggi si sovrappongono, in qualche modo, sul genere documentario. Stiamo cercando di mettere ordine, e credo sia interesse di tutti. L'Italia è un Paese straordinariamente capace di dividersi. Ricordo sempre a tutti l'aneddoto del K2, che è rimasto K2 perché gli italiani hanno litigato sull'attribuzione: mentre il K1 è attribuito a sir Everest, il K2 non ha paternità perché gli italiani hanno litigato su chi avesse conquistato la vetta. Ebbene, la vetta dei documentari, se sarà mai conquistata o attribuita, non è certo attribuita a Duilio Giammaria: è attribuita al servizio pubblico, alla RAI che deve svolgere questa missione, e deve saperlo fare perché è funzionale a una grande proiezione dell'Italia nel mondo. Quando andiamo sui mercati internazionali, ci chiedono tutti di essere presenti e come mai già non lo siamo. Ci chiedono di venire, di proporre, di parlare di noi, vogliono sapere di noi. È straordinaria la possibilità che abbiamo di sviluppare una vera narrazione al riguardo. Dobbiamo solo convincere le strutture preesistenti che l'ottimizzazione non è mai una vocazione di creare un nuovo *competitor*. Dobbiamo evitare che la competizione interna diventi un ostacolo allo sviluppo di questo genere.

Proseguo rapidamente rispondendo a qualche altra domanda, e devo dire che ce ne sono veramente tante a cui vorrei attribuire la massima attenzione. La senatrice De Petris mi ha chiesto quanta autoproduzione viene fatta. Speriamo molta, perché è necessaria; abbiamo tantissime risorse editoriali da sfruttare. Il rischio doppioni esiste e anche questo dobbiamo evitare.

Il senatore Di Nicola mi ha chiesto quando il piano industriale funzionerà e sottolinea che, quando funzionerà e sarà messo al passo, l'azienda vivrà meglio. Anche noi ne siamo convinti. Siamo un pezzo di quel piano industriale; per adesso siamo un po' soli, e speriamo di essere in buona compagnia il più presto possibile.

Le risorse di cui abbiamo bisogno sono parecchie. Una cosa è certa: il piano industriale, quello che voi avete conosciuto, attribuiva diverse decine di milioni di investimento nel corso di tre anni e, quindi, avete già quella cifra come orizzonte.

La senatrice Mantovani mi ha chiesto come stimolare le vocazioni, nell'ambito delle Science Technology Engineering Mathematics (STEM). È davvero importante e sono anch'io convinto che dobbiamo farlo. Ieri il tentativo di inserire positivamente nel TG1, grazie a una collaborazione editoriale proficua, le due interviste alle due scienziate è servito in qualche modo a dimostrare quanto si può fare.

C'è una bellissima serie, che userò – spero – al più presto, che si chiama «Dopamina». È una serie francese di brevissimi documentari di pochi minuti. La dopamina è un neurotrasmettitore rilasciato dal cervello

che ci consente di sentire il piacere e che tipicamente arriva anche dalle droghe. Ebbene, «Dopamina» è l'analisi di quello che il telefonino, accarezzato, toccato continuamente, suscita nelle persone. Una bellissima serie adatta agli adolescenti, che vorrei inserire nel *day-time*, parla del rapporto che intercorre tra noi e i *social* che ci consente di sentirci parte di qualcosa, ma che in qualche modo ci droga o droga i nostri ragazzi. Utilizza un linguaggio molto moderno e spiritoso, per niente didattico né aulico, che consente di parlare di tematiche come queste. Vorrei inserirlo nel *day-time*, quando e se sarà possibile.

Ringrazio molto anche l'onorevole Anzaldi per aver visto il documentario «*Drugs – Sostanze tossiche*». È il titolo sbagliato: traducendo in italiano *drugs* significa anche farmaci e infatti – come lei ha notato – il Fentanyl e gli oppioidi nascono come farmaci. Quel documentario, totalmente autoprodotta da noi italiani, girato in America, in Gran Bretagna e naturalmente in Italia, è servito ad aprire un argomento. Ci sono arrivate centinaia di *e-mail* e dovrebbe essere proiettato anche nelle scuole o comunque reso possibile, perché il Fentanyl e gli oppioidi sintetici, tra cui l'ossicodone, sono pericolosissimi e sono arrivati anche in Italia. Girano ovviamente nei luoghi di spaccio, ma anche tra le persone che inconsapevolmente li assumono come antidolorifici. Sono davvero pericolosi. Quello è un classico caso in cui il documentario tocca un tema, lo spiega, lo affronta, lo analizza e rende partecipe la comunità delle persone che hanno bisogno di sapere.

Non vi dico chi, ma del Fentanyl mi ha parlato qualcuno di voi, una deputata, tempo fa, che mi chiese se lo conoscevo e di esaminarlo da vicino. Ne sapevo qualcosa per averlo letto sul «*The New York Times*». Mi è arrivata da voi una sollecitazione sul tema, che ho fatto mia e ho scoperto un mondo che in effetti mi era sconosciuto.

Quindi, il dialogo e le sollecitazioni che arrivano dal mondo esterno sono per la RAI fondamentali. Non sempre i nostri giornalisti e noi stessi siamo in grado di cogliere la complessità del mondo: abbiamo bisogno di raccogliere segnali e di saperli trasformare poi in racconti, in consapevolezza sociale.

È vero che il documentario al quale prima ha fatto riferimento l'onorevole Anzaldi è andato in onda in seconda serata, facendo su Rai Uno quasi il 10 per cento di *share*. Ringrazio Stefano Coletta e i suoi direttori che hanno deciso di mandarlo in onda. Era uno spazio aggiuntivo e noi abbiamo detto di averlo, di guardarlo e di decidere al riguardo. Ci hanno risposto che sarebbe stato mandato in onda. È vero: il 10 per cento di *share* a tarda notte non è un risultato incredibile, ma lo manderemo in onda di nuovo, perché quel documentario non ha una vita che si ferma in quel momento: deve continuare a vivere e, per farlo, dobbiamo riuscire a dialogare.

Qui vengo al punto indicato in molti interventi, tra cui anche dell'onorevole e collega Mule'. Si tratta di capire se noi stiamo vincendo o perdendo la battaglia. Stiamo combattendo, onorevole Mule', convinti di essere nel giusto; convinti che l'evoluzione del linguaggio e dell'industria

ci porta là. Dobbiamo mostrare che fare *talk show* dalla mattina alla sera – come lei ha sottolineato – non è una medicina del servizio pubblico, ma a volte è un’abitudine. Dobbiamo spazzare via l’idea che i palinsesti vengano costruiti sul più facile: l’idea del *talk show* come oppiaceo televisivo è una metafora divertente. Se è vero che fare *talk show* è molto più facile e, per certi versi, anche meno costoso, quel meno costoso è veramente una droga, perché rischia di produrre una quantità di sovrapposizioni enormi e – se mi permettete una considerazione proprio da analista mediatico – provoca una fibrillazione costante nella politica.

Si deve fare molta attenzione perché un racconto quotidiano così ampio su ogni minimo aspetto – naturalmente per riempire i palinsesti si devono invitare tante persone – rischia di distrarre l’opinione pubblica dai grandi temi, quelli importanti della scienza, della tecnologia, della produzione, del lavoro e della salute.

Il vostro incoraggiamento è dunque per me veramente uno sprone e vi ringrazio molto per questo. Non avrei mai immaginato di ricevere tanto ascolto da questa Commissione: tutto questo mi dà l’idea che la mia aspettativa di dialogo con voi – lo spero – possa proseguire al meglio.

Mi piace anche la sua idea di «vitamine» della società, onorevole Mulè: sono d’accordo con lei, nel senso che i documentari possono essere vitamine nella società.

Quanto agli *slot*, abbiamo un’attribuzione provvisoria, in costruzione per il 2021, ancora leggermente di avvenimento. Complessivamente nel 2021 ci sono attribuiti 80 *slot*, 6 su RAI Uno (inverno, primavera, estate), 6 su RAI Due e 6 su RAI Tre, in prima serata. Ne abbiamo altri quattro su RAI Uno in autunno e inverno; quindi ne abbiamo 10 su RAI Uno, 12 su RAI Due e 12 su RAI Tre in tutto l’anno, con una media di uno al mese in prima serata. In seconda serata abbiamo 21 *slot* su RAI Due e 10 su RAI Tre. In sostanza, abbiamo dei numeri che ci consentono già di sviluppare un *budget* che dovrebbe arricchirsi anno per anno.

La nostra idea è che – come negli investimenti produttivi – proiettare investimenti sulle collocazioni dei prossimi anni ci consentirà di aumentare in maniera drammatica l’investimento dell’azienda, sapendo che è interesse generale dell’Azienda, di chi ha lavorato al piano industriale, di chi si è impegnato a farlo approvare e di voi stessi, che lo avete discusso e analizzato, un cambio di passo, che sono convinto sia letto da tutti come un segnale positivo e necessario.

Noi ci mettiamo al centro di questa evoluzione. Speriamo di essere gli interlocutori e in qualche modo anche solo l’avanguardia del resto dell’Azienda, che verrà verso un’orizzontalizzazione e un’ottimizzazione dei generi che consentano costi più armonici e meno acquisti; anche l’acquisto può essere una facile droga, che consente di raccogliere roba fatta in giro e di impagnarla senza però valore aggiunto: questo è il problema.

Ringrazio i direttori di rete, che spero dimostreranno massima attenzione a questo genere: credo che quanto è stato detto in questa Commissione arriverà anche alle loro orecchie. Naturalmente ringrazio anche

l'amministratore delegato Fabrizio Salini, perché mi ha dato fiducia e mi dà costantemente coraggio nell'affrontare questa battaglia.

La parola coraggio, onorevole Fornaro, mi è piaciuta. È vero: abbiamo bisogno di coraggio per andare avanti e spero lo avremo in ogni momento, perché ovviamente far evolvere le cose non è facile per nessuno.

Vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Ringrazio il direttore Giammaria per il suo contributo, così come ringrazio tutti coloro che sono intervenuti.

Dichiaro conclusa l'audizione odierna.

*I lavori terminano alle ore 10,50.*



