



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 54

**COMMISSIONE PARLAMENTARE**

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

AUDIZIONE DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI  
AMMINISTRAZIONE E DEL RESPONSABILE DEL  
MONITORAGGIO PLURALISMO POLITICO DELLA  
CARES – OSSERVATORIO DI PAVIA

INDAGINE CONOSCITIVA SUI MODELLI DI *GOVERNANCE*  
E SUL RUOLO DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO,  
ANCHE CON RIFERIMENTO AL QUADRO EUROPEO E  
AGLI SCENARI DEL MERCATO AUDIOVISIVO: AUDIZIONE  
DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA SOCIETÀ  
DI PRODUZIONE TELEVISIVA *STAND BY ME*

75<sup>a</sup> seduta: martedì 9 novembre 2021

Presidenza del presidente BARACHINI

## INDICE

**Audizione del Presidente del Consiglio di Amministrazione e del Responsabile del monitoraggio pluralismo politico della Cares – Osservatorio di Pavia**

PRESIDENTE:		
– BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . .	Pag. 3, 7, 8 e passim	CARETTA, Presidente del Consiglio di Amministrazione della Cares-Osservatorio di Pavia . . . . . Pag. 4, 11, 17
BERGESIO (L-SP-PSd'Az), senatore . . . . .	7	COBIANCHI, Responsabile del monitoraggio pluralismo politico della Cares-Osservatorio di Pavia . . . . . 5, 12, 13 e passim
GARNERO SANTANCHÈ (Fdl), senatrice . . . . .	8, 13, 14 e passim	
CAPITANIO (LEGA), deputato . . . . .	9	
FEDELI (PD), senatrice . . . . .	10	
GALLONE (FIBP-UDC), senatrice . . . . .	11	

**Audizione dell'Amministratore delegato della Società di produzione televisiva Stand by me**

PRESIDENTE:		
– BARACHINI (FI-BP), senatore . . . . .	Pag. 18, 24, 28 e passim	ERCOLANI, Amministratore delegato della società di produzione televisiva Stand by me Pag. 18, 29
ROMANO (PD), deputato . . . . .	24	
FEDELI (PD), senatrice . . . . .	25	
GARNERO SANTANCHÈ (Fdl), senatrice . . . . .	27	
CAPITANIO (LEGA), deputato . . . . .	28	

*Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: 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-CAMBIAMO!-EUROPEISTI: Misto-I-C-EU; Misto-Italexit-Partito Valore Umano: Misto-I-PVU; Misto-Italia dei Valori: Misto-IdV; Misto-l'Alternativa c'è-Lista del Popolo per la Costituzione: Misto-l'A.c'è-LPC; Misto-Liberi e Uguali-Ecosolidali: Misto-LeU-Eco; Misto-Movimento associativo italiani all'estero: Misto-MAIE; Misto-+Europa – Azione: Misto-+Eu-Az; Misto-Potere al Popolo: Misto-PaP.*

*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; Coraggio Italia: CI; Liberi e Uguali: LEU; Misto-MAIE-PSI-FacciamoEco: M-MAIE-PSI-FE; Misto-Noi Con l'Italia-USEI-Rinascimento ADC: M-NCI-USEI-R-AC; Misto: Misto; Misto-l'Alternativa C'è: Misto-L'A.C'È; Misto-Centro Democratico: Misto-CD; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto.Min.Ling.; Misto-Azione-+Europa-Radicali Italiani: Misto-A-+E-RI.*

*Intervengono il dottor Andrea Caretta e il dottor Vittorio Cobianchi, rispettivamente presidente del consiglio di amministrazione e responsabile del monitoraggio pluralismo politico della Cares-Osservatorio di Pavia e la dottoressa Simona Ercolani, amministratore delegato della società di produzione televisiva Stand by me, accompagnata dalla dottoressa Leyla Monanni, responsabile comunicazione, e dal dottor Giuliano Tranquilli, head of international business development di Stand by me.*

*I lavori hanno inizio alle ore 20.*

*(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, la trasmissione in diretta sulla *web-TV* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

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

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

#### **Audizione del presidente del consiglio di amministrazione e del responsabile del monitoraggio pluralismo politico della Cares – Osservatorio di Pavia**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del presidente del consiglio di amministrazione e del responsabile del monitoraggio pluralismo politico della Cares – Osservatorio di Pavia.

Saluto e ringrazio il dottor Andrea Caretta e il dottor Vittorio Cobianchi per la disponibilità ad intervenire, in collegamento da remoto, nella seduta odierna.

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 con collegamento in videoconferenza dei componenti della Commissione.

Cedo quindi la parola al dottor Caretta e al dottor Cobianchi per le loro esposizioni introduttive, alle quali seguiranno i quesiti da parte dei commissari.

CARETTA. Rivolgo *in primis* un ringraziamento al Presidente della Commissione, senatore Barachini, per l'opportunità che ci è offerta di intervenire in questa sede. Sarò breve, in quanto il mio è un intervento esclusivamente introduttivo, in modo da lasciare spazio alle domande dei membri della Commissione. Mi limito semplicemente a una presentazione della storia e dell'attività dell'Osservatorio di Pavia, per chi non lo conoscesse o lo conoscesse solo parzialmente.

L'Osservatorio di Pavia nasce nel 1994 per iniziativa della Rai, sotto la presidenza del professor Dematté, in occasione delle elezioni politiche e poi europee; successivamente, nel 1995, grazie alla presidenza Rai di Moratti, è diventato un osservatorio permanente. Ciò dimostra che l'inizio della nostra attività di monitoraggio precede la nascita e l'attività dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom); essa rispondeva a un'esigenza interna della Rai di avere una certificazione del proprio comportamento nel campo della comunicazione politica.

La nascita successiva dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni come soggetto di riferimento normativo ha modificato anche la nostra attività per Rai; ad esempio, c'è stato un adeguamento della metodologia di rilevazione alla normativa di volta in volta in vigore. Attualmente il monitoraggio che l'Osservatorio di Pavia svolge per la Rai riguarda le tre reti generaliste (Rai Uno, Rai Due e Rai Tre) e la programmazione del TGR e sostanzialmente risponde a tre esigenze di Rai.

La prima esigenza è quella di un controllo di qualità interno: i dati del monitoraggio permettono alle varie redazioni di tenere sotto controllo le proprie scelte per ciò che riguarda le presenze dei politici all'interno delle trasmissioni. Il monitoraggio rappresenta anche una tutela legale per la Rai, in quanto i dati del monitoraggio verificano o eventualmente provano il rispetto delle normative relative a presenza e rappresentazione dei soggetti politici nella programmazione Rai. Da ultimo, i dati del monitoraggio sono anche uno strumento di trasparenza del comportamento di Rai nei confronti dell'esterno; questo elemento di pubblicità esterna avviene proprio attraverso la fornitura dei dati del nostro monitoraggio alla vostra Commissione.

Dal febbraio del 1994, che è il momento in cui l'Osservatorio di Pavia ha cominciato la propria attività, continuata per ventisette anni, la nostra funzione ovviamente si è ampliata. Ad esempio, per quanto riguarda il campo del monitoraggio del pluralismo politico, l'esperienza che abbiamo maturato in Italia a partire dal 1994 ci ha permesso di esportare il nostro modello anche all'estero. Dal 1997 abbiamo collaborato con gli organismi internazionali che si occupano di processi elettorali, come OSCE-ODIHR, Commissione europea, uffici elettorali delle Nazioni Unite, partecipando a svariate missioni elettorali in tantissimi Paesi; una collaborazione che a volte ha previsto la presenza di un nostro esperto all'interno della stessa missione elettorale, altre volte, invece, ha prodotto progetti di assistenza tecnica ad autorità o enti di regolazione in moltissimi Paesi.

Questo per quanto riguarda il monitoraggio del pluralismo politico; c'è anche un altro versante, quello dell'analisi qualitativa dei contenuti

dei *media*. In questo ovviamente l'Osservatorio ha svolto negli anni moltissime ricerche per Rai, ma anche per altre emittenti, come LA7 e Mediaset, ad esempio, e per tantissimi clienti pubblici e privati.

L'attività di ricerca ha riguardato svariati temi e argomenti: il pluralismo sociale, la coesione sociale, la rappresentazione della figura femminile, la rappresentazione dei fenomeni migratori, la comunicazione scientifica, l'analisi del linguaggio politico. Sono veramente tantissimi gli argomenti che abbiamo affrontato. Ultimamente tali ricerche sono state affiancate da un'attività di *media education* svolta a volte direttamente all'interno delle scuole, a volte attraverso corsi di formazione per insegnanti.

Le metodologie che abbiamo applicato negli anni hanno seguito l'evoluzione del panorama dei *media*, che ovviamente non è più quello del 1994, quindi non si limita solo a televisione, radio e stampa, ma, ad esempio, include i *social network* e le forme di redazione dei linguaggi dei diversi *media*. Un'evoluzione, quella nel panorama dei *media*, che ha visto soprattutto una esplosione della quantità dei contenuti offerti.

Questa era la mia breve introduzione sulla nostra attività. Ringrazio i componenti della Commissione per l'attenzione, resto a vostra disposizione per eventuali domande e passo la parola a Vittorio Cobianchi, che si concentrerà in maniera più puntuale sugli aspetti metodologici del monitoraggio.

**COBIANCHI.** Mi unisco al ringraziamento del presidente della Cares Caretta, al presidente Barachini e agli onorevoli commissari per l'opportunità che ci viene data di contribuire al confronto sul tema del rispetto del principio del pluralismo e della corretta rappresentazione della realtà politica del Paese da parte della radiotelevisione pubblica; un principio fondamentale per il corretto svolgimento dell'esercizio della sovranità popolare, ma che presenta, dal punto di vista della sua rilevazione e della sua valutazione, aspetti metodologicamente complessi, resi ancora più problematici dalla particolare realtà politica del Paese, determinata dalla nascita dell'Esecutivo presieduto dal professor Mario Draghi e dalla maggioranza ampia che lo sostiene.

È un grande onore essere qui oggi.

Ritengo utile fare una breve premessa metodologica a questa audizione, la cui estrema sintesi tiene conto, da un lato, della vostra qualità di fruitori e di lettori esperti dei nostri dati, dall'altro, del nostro desiderio di lasciare il più ampio spazio possibile a ogni richiesta di ulteriori approfondimenti, specificazioni o chiarimenti.

La metodologia dell'Osservatorio di Pavia utilizza, come strumento operativo, l'analisi del contenuto, un insieme di metodi che prevedono la scomposizione analitica del testo e la sua riclassificazione sulla base di criteri il più possibile oggettivi, attraverso un vero e proprio questionario che gli analisti sottopongono al testo stesso: nel nostro caso, ogni riferimento a ogni intervento di soggetti politici individuali o collettivi.

Il questionario predisposto dall'Osservatorio per il monitoraggio del pluralismo politico prevede cinque domande, ognuna delle quali pone

differenti problemi a livello metodologico, sui quali saremo ben lieti di soffermarci, ove richiesto dagli onorevoli commissari.

La prima domanda è chi parla o di chi si parla: ogni attore politico o individuale con una carica politica elettiva o di Governo, sia a livello locale, sia a livello nazionale, è pertinente e viene descritto nella rilevazione attraverso tutte le caratteristiche utili alla sua individuazione e alla sua riclassificazione (nome, appartenenza politica, carica istituzionale e, nel caso dei soggetti politici locali, Regione di appartenenza).

La seconda domanda è dove parla il soggetto politico pertinente: viene quindi rilevato il programma, il genere e la rete di messa in onda del programma.

La terza domanda è quando parla il soggetto politico pertinente: il giorno, l'ora e la fascia oraria di messa in onda dell'interazione.

La quarta domanda è quanto parla il soggetto pertinente politico o per quanto tempo si parla di lui; viene dunque cronometrata dall'analista la durata delle due dimensioni temporali principali dell'interazione: il tempo gestito direttamente dal soggetto (altrimenti detto tempo intervista) e il tempo totale dell'interazione. La differenza tra le due dimensioni produce il cosiddetto «tempo di notizia», ovvero il tempo durante il quale l'emittente focalizza l'attenzione sul soggetto politico, senza che questo, però, intervenga direttamente.

La quinta domanda mira a conoscere di cosa parla un soggetto politico; la contestualizzazione della comunicazione politica è, secondo la nostra metodologia, l'elemento fondamentale per l'interpretazione dei puri dati numerici. Infatti, solo collocando correttamente i tempi di parola e di attenzione all'interno di un contesto tematico è possibile apprezzare la corrispondenza o meno del dato quantitativo alla corretta rappresentazione della realtà politica del Paese. Per ciascun intervento in voce e per tutte le interazioni politiche dei TG del *prime time* e del *day time* viene, dunque, rilevato il tema, nella sua dimensione micro (una sintesi dell'intervento utile a una precisa contestualizzazione dei singoli interventi) e nella sua dimensione macro, attraverso un elenco chiuso di categorie (per esempio, economia, sanità, lavoro, eccetera) utile alle valutazioni di lungo periodo e alle aggregazioni di tipo puramente quantitativo.

La metodologia utilizzata dall'Osservatorio di Pavia, dunque di natura prevalentemente quantitativa, rappresenta lo *standard* europeo per il monitoraggio del pluralismo politico, per la sua oggettività e per l'immediatezza di lettura che consente. Naturalmente il monitoraggio quantitativo rappresenta una sorta di termometro, la cui lettura da parte di chiunque voglia interpretarne i dati, come già affermato in precedenza, necessita di una contestualizzazione tematica e sistemica, la cui interpretazione per la valutazione della presenza e della qualità del pluralismo politico non può non essere lasciata alle diverse sensibilità dei lettori più esperti.

Dal momento che il monitoraggio dell'Osservatorio di Pavia ha la doppia finalità, come diceva prima il presidente, di garantire uno strumento di verifica del pluralismo alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi e di garantire alla

Rai uno strumento di autocontrollo per il rispetto degli obblighi di legge e regolamentari, l'Osservatorio di Pavia ritiene auspicabile – e qui concludo il mio intervento preliminare – rendere sistematico un confronto periodico di natura metodologica con l'Autorità garante, soprattutto, come ho accennato in precedenza, per le questioni metodologiche più dirimenti per la valutazione della corretta e obiettiva rappresentazione della realtà politica del Paese da parte del *medium* televisivo.

Onorevole Presidente, onorevoli commissari, concludo la premessa sul nostro apparato metodologico – che spero sia stata di qualche utilità – ringraziandovi per la gentilissima attenzione. Lascio spazio alla Commissione per tutti i chiarimenti che riterrà utili e per proposte di modifica o integrazione della reportistica, che possano servire alla Commissione stessa per svolgere al meglio possibile il proprio compito istituzionale.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Caretta e il dottor Cobianchi, che hanno illustrato proprio lo spirito con il quale abbiamo organizzato questa audizione: avviare un confronto costruttivo sulle rilevazioni che, come giustamente dicevano i responsabili dell'Osservatorio di Pavia, si scontrano anche col mutarsi delle condizioni politico-istituzionali che in questa legislatura hanno avuto varie rivoluzioni. È proprio per questo che diventa per noi assolutamente fondamentale conoscere le metodologie applicate.

Vi sono poi altre tematiche, che io avevo accennato anche in una conversazione informale con i vertici dell'Osservatorio di Pavia, sulle rilevazioni non ancora effettuate, come quelle radiofoniche, che comporterebbero – lo sappiamo – un ulteriore impegno da parte dell'Osservatorio e anche dei committenti. Riteniamo tuttavia che in prospettiva siano assolutamente necessarie per garantire un equilibrio sostanziale della rappresentazione.

Lascio ora spazio ai commissari per le domande. Ovviamente i nostri auditi potranno rispondere a tutte le sollecitazioni dei commissari anche per iscritto, se necessitassero di elementi tecnici di particolare rilievo.

BERGESIO (*L-SP-PSd'Az*). Signor Presidente, ringrazio gli auditi. L'obiettivo principale dell'Osservatorio è la salvaguardia del pluralismo sociale, culturale, politico. La nascita di questa ampia maggioranza di Governo, quella che sostiene, come ha detto anche lei prima, il presidente Draghi, ha determinato dal vostro punto di vista delle revisioni dei criteri di calcolo delle presenze dei politici in televisione e in radio? Se sì, in che modo?

Vi è un altro aspetto sul quale vorrei chiedere il monitoraggio: un anno fa segnalavate che la presenza di soggetti che, per la loro disabilità potevano sensibilizzare gli spettatori sul tema, risultava marginale. Poche erano le notizie riconducibili al tema della disabilità. Avete riscontrato maggior attenzione da parte dell'Azienda oggi, oppure siamo nella situazione degli anni passati?

Un altro tema importante è quello del *web*. La Rai deve ancora recuperare molto terreno sul *web*; in attesa dell'implementazione del sito, è

cresciuta negli ultimi anni la presenza di tutte le testate sui *social media*, una crescita esponenziale, considerando che si partiva, però, da zero. Il vostro monitoraggio si è esteso anche ai *social* della Rai? Se sì, in che modo?

Altro tema è quello della violazione della *web reputation* altrui da parte di singoli giornalisti o personaggi della Rai su profili privati, nei quali viene, però, esplicitata l'appartenenza all'Azienda o è comunque deducibile dalla notorietà del personaggio. Avete possibilità di segnalare anche questo aspetto? Vi è stato richiesto oppure questa è un'attività che non svolgete affatto?

PRESIDENTE. Senatore Bergesio, aggiungo un elemento ulteriore. C'è un tema che avete in parte affrontato, quello della rilevazione non soltanto sui tempi, ma anche sulla materia dell'intervento che rilevate. Si tratta di un tema particolarmente delicato – lo sappiamo – e lo abbiamo affrontato soprattutto in presenza di campagne elettorali, quando si deve distinguere il tempo affidato a cariche istituzionali, che, allo stesso tempo, ricoprono un ruolo politico. È un tema estremamente delicato, che nel caso specifico meriterebbe probabilmente un approfondimento tematico o normativo, probabilmente non soltanto nel rapporto fra noi e l'Osservatorio di Pavia, ma anche con Agcom, affinché siano indicati criteri che aiutino anche la valutazione dei tempi; altrimenti si creano situazioni classiche di ministri che, in coincidenza con le campagne elettorali, svolgono ruoli raddoppiati di presenza televisiva, che vengono conteggiati una volta in qualità di carica istituzionale, una volta come rappresentante politico. Sappiamo che ciò è oggetto costante di una serie di quesiti e interrogazioni, con problematiche annesse.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdl*). Signor Presidente, la ringrazio perché per noi, come lei sa, questa audizione è molto importante e Fratelli d'Italia l'aveva sollecitata da tempo.

Io vorrei fare alcune domande proprio per capire meglio qual è la vostra raccolta di dati. Peraltro, noi abbiamo presentato, come ricordava il Presidente, alcune interrogazioni, visto che la salvaguardia del pluralismo non è una questione formale ma essenziale nelle democrazie e quindi ci teniamo particolarmente a capire alcune cose che ci sfuggono. Il presidente Barachini ha fatto l'esempio di chi ricopre cariche istituzionali e magari è candidato alle elezioni. Vorrei quindi chiederle delucidazioni in merito ai tempi della campagna elettorale, quando vige la *par condicio*. Farò degli esempi per essere più esplicita nella mia domanda. Nelle ultime elezioni il segretario del PD Letta era anche il candidato alle elezioni suppletive: in questo caso vorrei capire come voi calcolate i tempi.

Vi è un'altra questione che vorrei approfondire attraverso la sua risposta. Oggi è più che mai fondamentale capire il meccanismo di formazione dei dati che noi possiamo analizzare, perché di fatto ci troviamo in un *unicum*: siamo l'unico partito o movimento politico con gruppi all'opposizione, quindi non le sfuggirà il fatto che questa è una tematica che ci

tocca molto da vicino, ma che domani potrebbe riguardare anche altri. Se esaminiamo i dati che ci fornite, emerge con chiarezza che il Partito Democratico, in tutti i telegiornali, è quello che ha più spazio in termini di tempo. Vorrei capire perché, in base a quale meccanismo, quale algoritmo usate per poter mandare questi dati.

Vorrei poi capire come vengono conteggiati i tempi. Quando, ad esempio, ci sono fatti di cronaca o inchieste giornalistiche e non c'è il protagonista in video, ma si parla in generale, magari si fa riferimento a un partito politico; in quel caso, come viene conteggiato il tempo? Anche su questo non riusciamo a comprendere i meccanismi.

Infine, voi confermate il fatto che l'Osservatorio manda i dati alla Rai e che sia poi la Rai a trasmetterli alla Commissione di vigilanza? Presidente, è così? Mi sembra corretto. Vorrei però conoscere i tempi, perché non c'è un giorno preciso della settimana o del mese; è vero che noi abbiamo i dati settimanali e i dati mensili, ma non sempre vengono mandati con la stessa cadenza. Vorrei quindi capire se siete voi che mandate i dati alla Rai in giorni e tempi diversi o se è la Rai che li trasmette a noi della Commissione di vigilanza in ritardo.

CAPITANIO (*Lega*). Signor Presidente, ciò che emerge dagli interventi di tutti i colleghi e che era anche il senso della richiesta di questa audizione è se, nello spirito di collaborazione che contraddistingue i nostri lavori, si riesca ad avere una definizione più precisa e circostanziata dei criteri che attengono al monitoraggio del pluralismo. È vero che nella prima domanda del questionario si pone l'attenzione su chi parla e di chi si parla, però oggi vi sono nuove tecniche di comunicazione e una diversa velocità con cui vengono recepiti i messaggi. Ad esempio, sul tema dell'immigrazione, molti telegiornali hanno trattato in maniera diversa i processi all'*ex* sindaco di Riace o all'*ex* ministro Salvini. Quando parla un protagonista e quando si parla di lui il peso del messaggio che passa attraverso i *media* è assolutamente differente, quindi la parola detta in prima persona dal protagonista, che avrebbe la possibilità di difendersi o di spiegare la propria posizione, è molto differente rispetto a un racconto indiretto, che narra della sua posizione.

Riteniamo pertanto fondamentale, vista anche la distribuzione dei dati di ascolto, soprattutto tra le nuove generazioni, avere informazioni più precise sul monitoraggio che passerà attraverso la radio e sul *web*.

Saremo poi felici di contribuire, magari con qualche suggerimento, alla rivalutazione e alla ridefinizione dei criteri, perché oggettivamente, alcune volte, anche per scelte che dipendono dalla politica e non dall'Osservatorio di Pavia, ci sono situazioni di squilibrio. Ad esempio a Milano, capoluogo della Lombardia e motore economico del Paese, il sindaco Sala aderisce al Partito dei Verdi europei. È ovvio che non conteggiare i suoi interventi anche all'interno dell'area di Governo e del Partito Democratico è comunque non oggettivo nella situazione reale.

Ancora, vorrei capire se l'Osservatorio sta monitorando in questo momento gli investimenti, ma anche la tipologia di *format* che vengono dedicati o rivolti alla generazione «x» o ai *millennials*.

Infine, essendo di attualità il tema della protezione dei dati e della creazione del *cloud* nazionale, vorrei sapere come avviene l'archiviazione dei vostri dati.

FEDELI (PD). Signor Presidente, ringrazio sia il dottor Cobianchi, che il dottor Caretta, che ci hanno secondo me correttamente illustrato le modalità attraverso le quali agiscono. Devo dire che ritengo che, dal punto di vista sia dei criteri adottati, sia della qualità delle ricerche che l'Osservatorio di Pavia spesso conduce e che mette a disposizione non solo della Rai, ma anche dei diversi soggetti che possono essere interessati, esso svolga – ed è giusto riconoscerlo anche in questa audizione – un lavoro prezioso.

Alla mia domanda in parte forse avevate già provato a dare risposta, attraverso le parole del dottor Caretta. Tuttavia voglio capire meglio cosa intendiate quando dite che state seguendo le evoluzioni dei sistemi di monitoraggio del pluralismo politico. Seguite i criteri di altri Paesi europei, uniformandovi anche nei sistemi di valutazione? Vorrei capire se questo corrisponde a ciò che il dottor Cobianchi ci ha riferito rispetto alle cinque domande, che non mi paiono, però, onestamente, criteri sufficienti per seguire la complessità nella misurazione del pluralismo.

Ci sono diversi esempi, io ne faccio uno. Come si intreccia il criterio quantitativo, su cui voi agite e che dite metodologicamente simile ai monitoraggi che si fanno negli altri Paesi europei, con un monitoraggio – qui sì – qualitativo? Come si inquadrano oggettivamente le persone politiche e gli interventi dei politici in relazione ad alcuni temi, che possono esserci o non esserci, ma che influenzano il pluralismo politico? Qual è la dialettica su questo terreno? È questo uno dei punti nuovi che andrebbero affrontati.

La seconda attenzione che chiedo è se non ritenga che noi dobbiamo affrontare molto rapidamente – secondo me sì e sono d'accordo col presidente Barachini in proposito – il problema del monitoraggio del pluralismo politico nelle radio, nel *web* e in tutte le piattaforme che adesso, nella fase evolutiva della digitalizzazione della Rai, verranno attivate. Dovrebbe essere immediatamente individuata una soluzione, che sia legislativa o di tipo diverso, ma a mio avviso occorre assolutamente aggiornare il mandato all'Osservatorio di Pavia anche con riferimento a questo settore. Penso che questo aggiornamento sia fondamentale per essere credibili e continuare il percorso di monitoraggio che fornite alla Rai e che poi la Rai fornisce alla Vigilanza.

Penso che su questo terreno noi dovremmo raccogliere informazioni su come sia possibile e cosa serva per realizzare questo cambiamento, non solo attraverso la vostra esperienza, ma anche – e mi rivolgo al Presidente – in un'interlocuzione più diretta con l'Agcom, perché secondo me questo è un tema assolutamente urgente. Noi non possiamo assistere a questi cambiamenti e non avere tutti gli strumenti e gli indicatori per poter

seguire questa nuova qualità, oltre che quantità, di dati. Io insisto su questo intreccio che deve esserci nel monitoraggio che ci viene fornito: quantità e qualità, in una fase di grandi trasformazioni digitali, oltre che di strumenti, di *device* di vario tipo, sono fondamentali affinché il monitoraggio sul pluralismo politico sia efficace. Ciò riguarda i linguaggi, le fasce, gli strumenti e complessivamente tutto ciò che si è già mosso all'interno delle piattaforme.

GALLONE (*FIBP-UDC*). Signor Presidente, ho due domande. La prima riguarda la tematica della messa in onda: siamo tutti ben consapevoli che un minuto mandato in onda alle ore 13 non è un minuto mandato in onda alle 3 di notte. Non ritenete che servirebbe quanto meno un dato qualitativo di tempi e spazi in questo senso? Potreste dare un contributo molto importante.

La seconda domanda la rivolgo in qualità di membro anche della Commissione ambiente. Forza Italia approccia i temi della tutela dell'ambiente da un punto di vista molto razionale, ritenendo che la sostenibilità debba essere ambientale, ma, allo stesso tempo, economica e sociale. Io so che l'Osservatorio intende supportare e promuovere, anche attraverso ricerche periodiche e osservatori permanenti, il tema della sostenibilità ambientale, agganciandolo a quello dell'economia, dell'impresa e del lavoro. Vorrei capire che tipo di percorso intende mettere in atto l'Osservatorio.

PRESIDENTE. Prego gli auditi di rispondere ai quesiti posti, con la possibilità, eventualmente, come ho anticipato, di integrare elementi anche per iscritto, dal momento che le domande sono tante e alcune estremamente tecniche.

CARETTA. Signor Presidente, provo a rispondere alle domande più generali, lasciando a Vittorio Cobianchi la risposta sul monitoraggio.

Per quanto riguarda il dato che segnalava il senatore Bergesio sulla rappresentazione della disabilità, credo fosse una citazione di una ricerca che abbiamo svolto per Rai sulla rappresentazione del pluralismo sociale. Purtroppo non svolgiamo più noi questa ricerca per Rai, ma un altro istituto, quindi potrete trovare un aggiornamento sul quel dato sul *report* relativo all'anno 2020, che è presente sul sito della Rai.

Per quanto riguarda il monitoraggio su *web*, *social media* e *web reputation*, in questo momento noi non svolgiamo per Rai monitoraggi su piattaforme. Come illustrato nella breve presentazione, noi ci siamo attrezzati dal punto di vista metodologico per poter svolgere monitoraggi anche su queste piattaforme, siamo in grado di farlo e lo facciamo spesso. Sono monitoraggi sempre più richiesti, ad esempio nelle missioni all'estero, durante le campagne elettorali. Quindi la metodologia e la possibilità di fare tali monitoraggi esiste. Come ricordavo in presentazione, il fenomeno cui abbiamo assistito dal 1994 ad oggi, soprattutto nell'ultimo decennio, è l'esplosione della quantità di contenuti a disposizione, in particolare sui *social network*. Quando parliamo di monitoraggio, quindi, dobbiamo tener

conto che non siamo più nella situazione del 1994, in cui si potevano monitorare le sette televisioni nazionali, che rappresentavano un ambiente chiuso, che poteva essere completamente monitorato.

Lavori e monitoraggi sulla *web reputation* si possono fare. Si tratta ovviamente di definirne i perimetri, perché è veramente difficile pensare di controllare tutto, diventa un'attività gigantesca. A volte avere troppi dati fa sì che questi alla fine non siano particolarmente significativi.

Per quanto riguarda il monitoraggio della radio, attualmente, come ricordavo, noi non lo facciamo; ovviamente l'abbiamo fatto negli anni, soprattutto all'inizio della nostra attività. Spetta al nostro committente scegliere se estendere il monitoraggio anche alle piattaforme *web* e alla radio. Ovviamente è possibile farlo e i dati sono facilmente confrontabili, avendo lo stesso formato di quelli del monitoraggio televisivo.

Non so se ho risposto alla domanda della senatrice Fedeli relativamente al fatto che stiamo seguendo l'evoluzione dei linguaggi televisivi. Sicuramente Vittorio Cobianchi sarà più esaustivo di me sulle metodologie con cui affiancare elementi qualitativi a elementi quantitativi. Io mi limito a ricordare che l'elemento quantitativo, per quanto a volte non esaustivo, è comunque una base di confronto molto interessante ed è anche ciò che, come sappiamo dalla nostra esperienza all'estero, viene richiesto primariamente, proprio perché è una base su cui ci si può confrontare facilmente.

Le tematiche ambientali rappresentano un altro ambito su cui stiamo lavorando. Ci piacerebbe molto lavorare soprattutto sui temi della sostenibilità; abbiamo già prodotto negli anni qualche ricerca e lo faremo volentieri anche in futuro. Il problema ovviamente è reperire finanziatori interessati a svolgere questo tipo di ricerche, ma la nostra attività cercherà di includere anche questi temi, che sono sempre più attuali.

Spero di essere stato esaustivo, eventualmente integrerò la risposta successivamente. Lascio ora la parola a Vittorio Cobianchi per gli elementi di metodo.

*COBIANCHI.* Signor Presidente, farò due premesse generali che non sono una risposta a domande specifiche, ma che in qualche modo costituiscono una chiave di lettura, sia della nostra attività, sia dei nostri rapporti con la Rai, sia delle modalità con le quali devono essere raccolti e letti i nostri dati.

Cercherò di rispondere puntualmente alle domande su questo tema, ma la prima precisazione è che noi misuriamo la presenza dei soggetti politici in televisione e non la valutiamo: non abbiamo il compito, né le competenze giuridiche e amministrative per fare questo tipo di valutazioni. La valutazione della corretta rappresentazione del quadro politico dal punto di vista del pluralismo è compito di Agcom e noi, da questo punto di vista, cerchiamo il più possibile di attenerci alle indicazioni e alle direttive di Agcom sulla rilevazione dei tempi.

Non vi nascondo che le problematiche evidenziate, soprattutto dall'onorevole Garnerò Santanché, sul ruolo politico dei soggetti di Governo sono fondamentali. Nella nostra metodologia cerchiamo di distinguere, dal

punto di vista funzionale, quando la dichiarazione di un membro dell'Esecutivo è da considerarsi istituzionale e quando, invece, è da considerarsi politica. Quando è da considerarsi istituzionale, il suo tempo (sia di voce, sia di notizia) viene imputato all'istituzione corrispondente, quindi al Governo; se, invece, la cornice all'interno della quale il suo intervento viene presentato è di natura chiaramente politica, o per elementi inerenti all'intervento stesso (ad esempio nel contesto di un'assemblea di partito, di campagna elettorale), o per elementi contestuali (ad esempio inserito all'interno del pastone politico, nello spazio dedicato ai politici della maggioranza), il suo tempo viene correlato al partito politico di appartenenza. Da questo punto di vista il nostro monitoraggio distingue funzionalmente il tempo istituzionale dal tempo politico.

È certamente vero che anche la presenza istituzionale di un soggetto politico chiaramente riconducibile a un'appartenenza può influenzare i processi elettorali; però queste sono questioni di valutazione che non spettano a noi ma ad Agcom. Nelle direttive che regolano la presenza dei soggetti politici in periodi di *par condicio*, quindi durante la campagna elettorale, è sempre presente la norma per cui lo spazio dedicato al Governo deve essere limitato alle comunicazioni di servizio. Chiaramente è una valutazione di tipo non tecnico ma politico, che non spetta a noi ma ad Agcom. Noi non possiamo far altro che misurare lo spazio dedicato a ciascuno soggetto politico e poi Agcom fa le sue valutazioni.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdi*). Scusi se interrompo, ma vorrei una precisazione. Lei sta dicendo che distinguete l'intervento imputato all'istituzione, nel caso di un Ministro, un Presidente di Regione o un assessore, da quello imputato a un partito. Ma questo – scusi – è ampiamente discrezionale.

COBIANCHI. Faccio una precisazione. Questo non vale per i soggetti locali, che sono sempre imputati ai partiti politici di appartenenza, per cui, ad esempio, il Presidente della Lombardia è imputato alla Lega.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdi*). Anche se rappresentano istituzioni?

COBIANCHI. Sì, ma nella nostra metodologia, che in questo non può fare altro che adeguarsi alla metodologia di Agcom. Siccome Agcom rileva i soggetti locali imputandoli alla loro appartenenza politica, noi ci adeguiamo.

GARNERO SANTANCHÈ' (*Fdi*). Ma, dottore, questa divisione è discrezionale. Forse lei converrà con noi che occorre normarla meglio.

COBIANCHI. Certo, convengo con voi. Proprio per questo motivo auspico un confronto con Agcom su tutte queste problematiche, che – le assicuro – sono molte più di quelle che ho evidenziato e che ci costringono a scelte, come giustamente dice lei, del tutto discrezionali. Occorre

un confronto con Agcom, magari con la partecipazione della stessa Commissione di vigilanza su questi temi. Poiché è Agcom che commina le sanzioni, noi non possiamo far altro che regolare il nostro contachilometri all'autovelox di Agcom; non possiamo utilizzare delle metodologie differenti, con il rischio di far subire al nostro committente delle sanzioni perché noi abbiamo sotto o sopra valutato la consistenza dello spazio dedicato a una forza politica.

Lei ha perfettamente ragione a sollevare questi temi, che sono anche oggetto di nostre interrogazioni nei confronti di Agcom, di tipo chiaramente metodologico, perché ci sono diversi punti che metodologicamente, a mio avviso, dovrebbero essere chiariti.

È vero che il Presidente del Veneto, quando parla, da un elettore siciliano è identificato come un esponente della Lega, però è altrettanto vero che parla in virtù della sua carica istituzionale e non potrebbe non parlare che per quel motivo. Ci sono buoni motivi per classificarlo come istituzione o come esponente della Lega e la decisione, come dice lei giustamente, è totalmente discrezionale. Ma da questo punto di vista noi non possiamo fissare criteri metodologici indipendenti da quanto stabilisce Agcom.

**PRESIDENTE.** Dottor Cobianchi, si pone, come avevamo introdotto all'inizio, un tema metodologico relativo alle norme che evidentemente, anche nel processo istituzionale tradizionale, con figure sempre più politiche di ministri, dovrà essere scritto in maniera diversa. Ci sono delle problematiche e il suo intervento lo conferma.

Noi siamo ovviamente disponibili, anzi da questa sede segnaliamo l'urgenza di un confronto con Agcom e l'Osservatorio di Pavia, perché è un tema che si porrà con ancora maggiore rilevanza a brevissimo, con le scadenze politico-istituzionali che ci attendono.

**COBIANCHI.** Certamente. È un tema che si solleva.

**GARNERO SANTANCHÈ (Fdi).** A questo punto si pone un altro problema. Poiché noi tutti basiamo sui dati dell'Osservatorio di Pavia la nostra rappresentazione, adesso questa certezza viene meno. Ma non è che ci stia dando una notizia, dottore: noi abbiamo sempre pensato che la valutazione dovesse essere fatta a livello di persone e non di macchine o di algoritmi, però capisce che dobbiamo prendere i dati dell'Osservatorio di Pavia con un che – mi passi il termine forse non perfetto – di interpretazione su come imputare quel minutaggio o quella presenza. Ciò comunque disarticola molti ragionamenti.

**COBIANCHI.** Diciamo che nella programmazione nazionale i tempi dei soggetti locali sono molto limitati, per cui non è un problema che sposta sensibilmente il minutaggio.

GARNERO SANTANCHÈ (*FdI*). È più il Governo: Ministri, Governo e politici. Capisce che non è solo un tema locale.

COBIANCHI. No, certo, il problema della presenza del Governo noi lo risolviamo con questo criterio, che è – ripeto – il criterio adottato da Agcom, che a noi sembra sostanzialmente ragionevole. Poi, chiaramente, su quale debba essere la presenza del Governo noi non possiamo esprimere valutazioni, perché la valutazione è evidentemente politica, non spetta a noi giudicarla.

Ho trovato molto interessante l'intervento dell'onorevole Capitano sulla differenza tra TN (tempo-notizia) e TGD (tempo gestito direttamente). La qualità del tempo gestito direttamente e quella del tempo-notizia sono sostanzialmente diverse, per questo raccomandiamo di leggere entrambi i dati. Da questo punto di vista, sempre in un'ottica di collaborazione istituzionale, noi siamo chiaramente disponibili a modificare la nostra modulistica, nel caso in cui voi voleste rendere più chiara la distinzione tra tempo di notizia e tempo di parola.

Tuttavia, a mio avviso, i dati che forniamo, soprattutto sui telegiornali, se letti con accuratezza, forniscono informazioni interessanti anche dal punto di vista delle distinzioni tra tempo-notizia e tempo direttamente gestito. Non c'è una corrispondenza sempre esatta e gli scarti possono essere analizzati e contestualizzati sulla base dell'agenda che forniamo insieme ai dati.

PRESIDENTE. Non so se sia possibile questo inserimento. Ad ogni modo, poiché nella Commissione si sta consolidando l'idea di un eventuale intervento con un atto di indirizzo o con un'interlocuzione con Agcom su questo tema, si potrebbe inserire un tempo di notizia positivo e un tempo di notizia negativo. Questo concetto sarebbe importante. È chiaro che un processo è un tempo di notizia negativo, che viene conteggiato a un esponente politico, ma sostanzialmente, se non si configura proprio come un danno, è comunque una notizia che non va a favore di quell'esponente politico. Un tempo di notizia positivo, a sua volta, è invece un elemento di esposizione per l'esponente politico. Non so se tale criterio sia ricevibile, ma sarebbe già un elemento che potrebbe aiutarci in alcune valutazioni.

COBIANCHI. Le rilevazioni di Agcom non hanno questo elemento qualitativo. Dalla nostra esperienza monitoraggi continuativi di questo tipo sono troppo viziati dalla percezione dell'analista.

GARNERO SANTANCHÈ (*FdI*). Per aiutarla nella formulazione della sua risposta, le evidenzio che il Presidente ha toccato proprio la quarta domanda che le avevo posto. Il Presidente ha fatto l'esempio del processo, della notizia buona e cattiva, ma pur sempre notizia. La mia domanda andava oltre: ho chiesto anche come rilevate il dato. Nel caso esemplificativo del processo ipotizzato dal Presidente (per non farne altri,

che pure si potrebbero fare), immaginiamo un procedimento a carico di un deputato di un partito politico, qualsiasi esso sia. Se nella notizia non viene data la parola all'indagato, l'Osservatorio di Pavia conteggia il tempo a carico del partito di riferimento? È corretto?

*COBIANCHI.* Certo. Come tempo di notizia.

*GARNERO SANTANCHÈ (Fdi).* Esatto, che va in quel calcolo che fa sì che poi – ad esempio, faccio per dire – risulti che Fratelli d'Italia abbia il 10 per cento nel computo complessivo. Dopo l'inchiesta Fanpage è ovvio che la presenza di Fratelli d'Italia è salita di molto.

*PRESIDENTE.* La rilevazione del dottor Cobianchi ha ovviamente una forte connotazione, ossia di ridurre il più possibile l'interpretazione da parte degli analisti.

*COBIANCHI.* Il dato deve essere oggettivo.

*PRESIDENTE.* Il dato non è mai neutro, questo lo abbiamo imparato.

*COBIANCHI.* Però deve essere il più possibile oggettivo. La rilevazione della negatività e della positività è interpretabile. Chiaramente, nel caso di un arresto in flagranza magari non lo è, ma nel caso di valutazioni politiche o situazioni di incertezza giuridica o di inchiesta, la valutazione, secondo me, è talmente delicata da non permetterne una rilevazione costante e sistematica. A mio avviso è un elemento veramente difficile da impostare sistematicamente.

*GARNERO SANTANCHÈ (Fdi).* Dottore, forse non sono stata chiara perché non ha risposto a una mia domanda.

Facciamo un esempio esplicito, perché non abbiamo nulla da nascondere. Nelle ultime settimane siamo stati molto oggetto di telegiornali per la famosa inchiesta Fanpage. Se va a vedere i dati che voi ci avete fornito è evidente che Fratelli d'Italia in questo momento è più rappresentata, avendo avuto quell'inchiesta di Fanpage, rispetto a periodi in cui non c'era stata quell'inchiesta giornalistica. I dati, quindi, vengono falsati, perché non c'è un aumento della presenza da parte di esponenti di Fratelli d'Italia all'interno della Rai. Sono stata chiara?

*PRESIDENTE.* È corretta la domanda, però quello che il dottor Cobianchi sta cercando di spiegarci è che, per le regole attuali, la rilevazione è comunque in carico al partito, quindi non hanno nessun elemento...

*GARNERO SANTANCHÈ (Fdi).* No, Presidente, perché non c'è un esponente di riferimento di quel partito.

*PRESIDENTE.* Sì, perché è tempo di notizia.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdi*). Sì, però i dati dell'Osservatorio di Pavia, alla fine, concorrono tutti insieme a formare la rappresentanza all'interno della Rai. Questo è devastante.

PRESIDENTE. Perché questa è la regola attuale. È questo il problema, credo. Il dottor Cobianchi mi smentisca, se ho detto una cosa scorretta.

COBIANCHI. Aggiungo solo che il pluralismo viene valutato sul tempo di parola. Il tempo di notizia è un elemento accessorio di valutazione. Il pluralismo politico viene giudicato sul tempo di parola, anche nei telegiornali. Questo fa sì che notizie, anche molto lunghe, di cronaca che riguardano un partito politico non entrino a far parte della valutazione sul pluralismo politico, a meno che al loro interno non vi sia una dichiarazione del partito politico in oggetto, che interviene sulla precisa questione. Il dato che viene rilevato nelle notizie di cronaca, anche giudiziaria, non entra a far parte della valutazione del pluralismo politico, secondo le regole di Agcom. Non si può soddisfare l'esigenza di una corretta rappresentazione delle forze politiche attraverso notizie di cronaca su casi giudiziari o su inchieste giornalistiche. Il pluralismo viene valutato sulla base degli interventi diretti dei soggetti politici nelle trasmissioni di comunicazione.

Sui criteri di valutazione, però, a mio avviso il corretto interlocutore dovrebbe essere Agcom ed è per questo che, secondo me, un tavolo comune su questi temi potrebbe essere una delle soluzioni più auspicabili.

PRESIDENTE. Su questo tema vorrei chiedervi una nota specifica, per iscritto, in considerazione del fatto che poi la Commissione dovrà affrontarlo internamente.

CARETTA. Come ha detto il dottor Cobianchi, ricordo che l'indice principale di pluralismo è dato dalla presenza dei soggetti politici, mentre il tempo di notizia, che peraltro viene rilevato solo all'interno dei telegiornali e non all'interno delle trasmissioni d'informazione (era una domanda che aveva posto la senatrice Garnero Santanchè), può essere contestualizzato all'interno del *report* che consegniamo. Credo che sia presente un'agenda che permette, di mese in mese, sulla base della notiziabilità degli eventi, di contestualizzare quel tempo di attenzione. Ma la presenza dei politici è un criterio con cui si giudica l'equità del comportamento dei *media* non solo in Italia e da parte di Agcom, ma, devo dire, è un criterio internazionalmente accettato anche nell'ambito delle competizioni elettorali.

COBIANCHI. Sui tempi di consegna dei rapporti che noi trasmettiamo alla Rai, il mio invito è a sentire l'ufficio delle relazioni istituzionali di Rai, per concordare le tempistiche.

PRESIDENTE. Di questo veramente non possiamo incolparvi. Abbiamo già mosso vari rilievi.

COBIANCHI. Mi dispiace per questi inconvenienti, però senz'altro una comunicazione all'ufficio relazioni istituzionali correggerà l'incostanza dell'invio.

PRESIDENTE. Vi ringrazio molto della vostra presenza e ovviamente ribadisco l'intenzione di collaborare per un miglioramento di queste procedure, anche a vostra tutela e a vostra garanzia, ma soprattutto per cercare di dare un contributo il più propositivo possibile.

Dichiaro conclusa l'audizione in titolo.

**Seguito dell'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del Servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo: audizione dell'Amministratore delegato della Società di produzione televisiva *Stand by me***

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo, sospesa nella seduta del 5 ottobre scorso. È oggi prevista l'audizione dell'amministratore delegato della società di produzione televisiva *Stand by me*.

Saluto e ringrazio la dottoressa Simona Ercolani, amministratore delegato di *Stand by me*, per la disponibilità ad intervenire nel prosieguo dell'indagine conoscitiva in titolo, con la quale la Commissione intende approfondire il ruolo e la funzione del servizio pubblico radiotelevisivo come principale veicolo di diffusione delle produzioni audiovisive, verificando l'efficacia dell'assetto normativo italiano che disciplina il mercato audiovisivo, anche in relazione alle direttive e alle altre iniziative in materia dell'Unione europea.

La dottoressa Ercolani è accompagnata dalla dottoressa Leyla Monnani, responsabile comunicazione, e dal dottor Giuliano Tranquilli, *head of international business development* di *Stand by me*.

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 con collegamento in videoconferenza ai lavori dei componenti della Commissione.

Cedo quindi la parola alla dottoressa Simona Ercolani per la sua esposizione introduttiva, alla quale seguiranno i quesiti da parte dei commissari.

ERCOLANI. Signor Presidente, vi ringrazio dell'opportunità di poter riferire in questa sede così importante. Inizio con un breve cenno su *Stand by me*.

*Stand by me* è una società di produzione audiovisiva fondata nel 2010. Produciamo programmi televisivi per i maggiori *broadcaster* italiani, tra i quali, oltre alla Rai, Mediaset, Discovery, Netflix, TIM, MTV e Disney.

A *Stand by me* c'è una predominanza di presenza femminile: rispetto al 33 per cento di donne in ruoli manageriali all'interno del nostro settore, *Stand by me* vanta il 90 per cento. Tra i responsabili delle produzioni, del *finance*, del commerciale, dello sviluppo, del *casting*, del *digital*, del *marketing* gli uomini sono nettamente in minoranza.

Tra i vari titoli che produciamo ne ricordo quattro: «È sempre mezzogiorno!», su Rai Uno, che ha portato la media della fascia del mezzogiorno sulla rete da circa il 12,5 per cento di *share* a quasi il 16 per cento in questo momento; «Dottori in corsia», di cui andiamo molto orgogliosi (siamo alla quinta edizione), realizzato in collaborazione con l'ospedale pediatrico Bambino Gesù; «I cavalieri di Castelcorvo», la prima produzione originale di Disney+ in Italia, che ha riscosso molto successo tra i bambini; l'ultima produzione, «Stories of a generation» per Netflix International, una docu-serie internazionale che sarà rilasciata a Natale e vede la presenza di Papa Francesco.

Teniamo molto non solo alla nostra quota femminile, ma anche all'originalità. Abbiamo deciso sin da subito di fare della creatività l'elemento fondante di *Stand by me*. Non a caso l'81 per cento delle nostre produzioni, per circa 430 ore l'anno, è composto da formati originali.

Abbiamo preparato una breve *overview* sul mercato, come ci era stato richiesto.

Il quadro attuale del settore televisivo in Italia e nei principali Paesi europei è particolarmente interessante per capire la strada che ci aspetta. Come sapete, da qualche anno ormai stiamo assistendo all'avanzata delle piattaforme *on demand* nell'offerta televisiva. In Italia si stima che gli abbonamenti *streaming* siano arrivati intorno ai 12 milioni di utenti; il 75 per cento è accreditabile alle piattaforme targate Stati Uniti, cioè Netflix, Prime Video e Disney+, per un fatturato che si aggira tra 1 e 1,2 miliardi. È ancora una porzione minoritaria del totale, perché la tv tradizionale ha l'80 per cento dei ricavi pubblicitari, contro il 20 per cento dello *streaming*, ma la crescita delle piattaforme, dal 2010 a oggi, come sappiamo tutti, è stata esponenziale e non si interromperà.

Se guardiamo, ad esempio, alla *fiction* possiamo vedere come gli investimenti degli operatori *streaming* siano raddoppiati tra il 2019 e il 2020, arrivando a circa 100 milioni di euro e nel 2023 dovrebbero arrivare a circa 240 milioni di euro, cioè alla stessa quota dei *broadcast* tradizionali.

La Rai si muove quindi in un mercato che sta attraversando una vera e propria rivoluzione. L'affermazione delle piattaforme *on demand* è un cambiamento epocale, che è paragonabile a quanto accaduto vent'anni fa con la tv satellitare e l'esplosione delle reti digitali, nonché con la nascita delle reti commerciali. Siamo nel mezzo di un ciclo di grande cambiamento, che può offrire enormi opportunità.

Per cogliere questa sfida e ripensare il proprio ruolo di servizio pubblico, la Rai probabilmente deve evolversi e risolvere alcuni nodi, guardando anche alle *best practice* europee.

Ricordo come negli anni Ottanta, nel Regno Unito (si fa sempre riferimento alla BBC, quindi lo faccio anch'io), abbiano inventato un modello virtuoso, creando una legislazione a sostegno del produttore indipendente. La legislazione britannica ha imposto precisi obblighi alla BBC configurando un modello interessante. Attualmente il 50 per cento delle ore di trasmissione è assegnato a produzioni interne; il 25 per cento a produttori indipendenti; il restante 25 per cento è affidato a gara tra BBC Studios e produttori indipendenti. Si prevede che nel 2027 il cento per cento sarà messo in gara tra BBC Studios e produzione indipendente: un inno al mercato.

Ma la cosa più interessante del modello britannico, a mio avviso, è il *code of practice*: la BBC ha istituito e si attiene a un codice di regolamento, che tratta in modo molto trasparente il rapporto tra il *broadcaster* pubblico e i produttori indipendenti. Il codice prevede che la BBC acquisti la licenza esclusiva dal mercato tv solo per cinque anni e non oltre. Rimangono sempre al produttore la proprietà intellettuale (IP) e la commercializzazione dell'opera e dei formati, sia che si tratti di intrattenimento, sia che si tratti di *fiction*. Questo è decisamente rilevante e vedremo perché.

La Francia ha un sistema con una logica paragonabile a quella inglese, anche se ha un impianto diverso. C'è l'obbligo di investire il 15 per cento dei propri ricavi in opere audiovisive europee (parliamo sempre di servizio pubblico ovviamente), ma al *broadcaster* è concesso solo il diritto esclusivo di trasmissione: tutti gli altri diritti di sfruttamento rimangono in capo al produttore. Questo modello ha permesso nei primi sei anni di applicazione, dal 2009 al 2015 (questi sono i dati che siamo riusciti a reperire, molto interessanti), un incremento del 60 per cento delle esportazioni. Ovviamente, infatti, il produttore, mantenendo i diritti, è incentivato sia a investire, sia a cercare di vendere il proprio prodotto, perché ha la prospettiva di un ricavo futuro.

Ciò che succede in Italia lo sapete meglio di me. La Rai ha l'obbligo di investire il 17 per cento dei propri ricavi nella produzione indipendente; però, a differenza di quanto accade in Francia o in Inghilterra, non c'è una norma che regolamenti l'attribuzione dei diritti di formato, che vengono discussi di volta in volta (in particolare al quinto piano) tra produttore e *broadcaster*. I programmi sono tutti diversi tra loro, quindi anche gli accordi, in linea di massima, sono diversi tra loro. Non ci sono norme pre-stabilite.

Gli esempi di Francia e Inghilterra dimostrano che la collaborazione fruttuosa tra *broadcaster* pubblico e produttori indipendenti crea un sistema di sviluppo utile per l'intero settore. Le differenze del quadro normativo italiano rispetto a quello degli altri Paesi europei hanno ricadute evidenti sul sistema Rai, producendo criticità. Sappiamo tutti che la Rai ha una *mission* importante, indicata nel contratto di servizio, che è quella

di valorizzare le capacità produttive, imprenditoriali e culturali del Paese, al fine di favorire lo sviluppo e la crescita del sistema, di produzioni audiovisive indipendenti, italiane e europee, e di promuoverne l'efficienza e il pluralismo. Da questo dovrebbero discendere una serie di conseguenze.

A nostro avviso vi sono alcune criticità. In primo luogo, il ruolo del servizio pubblico come volano non sempre si realizza, ma ci sono grandi possibilità di crescita. Nel 2020 la BBC ha lavorato con 343 società di produzione e nell'ultimo anno ci sono stati 66 nuovi fornitori; l'Olanda, che è un Paese particolarmente brillante, ma come sappiamo molto piccolo, ha 60 case di produzione.

In Italia, secondo i dati APA- Associazione produttori audiovisivi, le case di produzione sono 56 e alcune appartengono agli stessi gruppi, quindi in realtà le società sono persino di meno. Nel servizio pubblico, in base a dati pubblici, le produzioni esterne sono state affidate a 27 società e meno di dieci sono quelle che producono programmi d'intrattenimento. Questo è un dato inequivocabile, che dimostra che questo Paese, per la creatività che propone, per la storia che ha e per le sue grandi capacità imprenditoriali, probabilmente ha veramente bisogno di un volano, perché i numeri che ho appena elencato sono davvero esigui. E lo dico anche contro il mio interesse, ma ritengo che un mercato sano faccia bene a tutti.

Dal punto di vista degli investimenti, se è vero che più o meno la quota che la Rai investe in produzioni esterne è 425 milioni di euro (200 milioni, più o meno, per l'intrattenimento, circa 186 milioni per la *fiction*, 30 milioni per i bambini, tra animazione e *live action*, e solo 3 milioni per i documentari), capiamo che tutto questo viene suddiviso in poche società. Questo è l'elemento che ostacola la crescita delle piccole e medie imprese e case di produzione.

C'è, poi, una mancanza di competitività nel mercato per quanto riguarda la Rai. È proprio l'esperienza che facciamo tutti i giorni. Sul *time to market* la macchina burocratica è impressionante. Se propongo un programma a qualcuno e viene accolto favorevolmente, da quel momento per arrivare al contratto occorrono 14 firme e alcuni mesi. Come funziona invece altrove? Si propone una produzione, se piace si discute del costo, si redige un preventivo e, nell'arco di due settimane, tre quando va male, si negoziano i termini del contratto. Questa cosa in Rai, non per cattiva volontà, ma proprio per il sistema, che secondo me va rivisto, non è praticabile, non può avvenire, non avviene mai. Noi molto spesso ci troviamo a produrre un programma e, una volta che l'abbiamo prodotto e che sta per andare in onda, c'è la negoziazione; ma, a quel punto, dire che è Davide contro Golia è un eufemismo.

Tengo a ribadire che non c'è cattiva volontà, personalmente non lo credo. Penso che la burocrazia che attanaglia tutto il Paese, non solo la Rai, strangoli questa Azienda, che necessita di essere più agile. A questo si aggiunge, per la legge anticorruzione, la segregazione delle responsabilità: ci si ritrova a parlare con una persona di fatti editoriali e, dopo qualche mese, con un'altra del *budget*, quando le due cose normalmente vanno

insieme, per tutti. Capisco l'esigenza anticorruzione, capisco la Corte dei conti, sinceramente non sono un'esperta di aziende pubbliche al punto da proporre una soluzione nel rispetto delle leggi, però sicuramente una soluzione deve essere trovata, perché farebbe bene a tutti. È un *win-win*, non ci rimette nessuno.

La terza criticità ritengo sia nella mancanza di valorizzazione dei prodotti *kids*. È una piccola cosa, però i bambini, come diciamo sempre, sono il futuro. I prodotti *kids* vengono realizzati in misura molto marginale e vanno sui canali tematici; però tutti ricordiamo di quando, sui canali generalisti, a un certo punto arrivava il nostro momento e noi bambini eravamo considerati, non eravamo messi in camera nostra, magari con una tata, ma stavamo con gli altri, con i grandi: c'era uno spazio per noi nella televisione dei grandi e il mondo degli adulti si ricordava di noi. Non è soltanto un fatto culturale e anche di inclusione dei bambini nel mondo degli adulti e viceversa, ma, secondo me, ha anche un rilievo dal punto di vista del *business*. Ovviamente, infatti, in prospettiva il bambino si abitua a non confondere Rai Gulp con Boing o con altri canali privati, che ora sono tutti vicini sul digitale terrestre; il bambino deve sapere che sulla Rai, su quella che tutti chiamano la Rai, sulle reti principali, trova uno spazio per sé negli orari giusti. Ciò fa sì che si affezioni a quel canale, a quell'azienda e sviluppi un senso di appartenenza al servizio pubblico del proprio Paese. È una cosa che potrebbe ripagare molto in futuro.

A fronte delle criticità principali che ho individuato, ho sinteticamente elaborato delle proposte per il rilancio del mercato nazionale, dei *format* e dei prodotti audiovisivi in generale.

Indubitabilmente, bisogna aumentare gli investimenti. È di pochi giorni fa la revisione del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR), che produce una perdita in termini di ricavi che – ho letto – è stimata tra i 100 e i 130 milioni di euro. È presumibile che essa ricadrà tendenzialmente e prioritariamente sugli investimenti per la produzione esterna. Come aveva anticipato l'amministratore delegato, dottor Fuortes, in questa sede, effettivamente l'idea che il canone possa ritornare per intero, o almeno in parte, eliminando la tassa di concessione, nelle casse della Rai, cercando di pareggiare i conti e di portare nuove risorse alla Rai, da destinare alla produzione indipendente, può essere sicuramente importante.

È necessario accrescere la tutela della proprietà intellettuale per i *format* e la creazione di *format* originali. Noi non disponiamo normalmente per intero della titolarità dei diritti, anche quando si tratti di *format* originali.

Il nostro potenziale ritengo sia proprio la nostra storia. Mi è capitato di fare *fiction* negli Stati Uniti, con interlocutori americani che mi spiegavano cosa fosse il neorealismo; adesso va bene tutto, però il neorealismo ce lo siamo inventato noi. Ci studiano da fuori, però ci usano come colonia: tendenzialmente noi siamo un ottimo mercato. Gli Stati Uniti non sanno più come collocare il proprio prodotto, quindi lo esportano e noi

siamo uno dei Paesi in cui si esporta di più. Questo succede non soltanto per i prodotti già fatti, ma anche per i formati internazionali.

Allora, se il formato internazionale può sembrare una scommessa sicura, perché ha già i *rating* degli altri Paesi, sul piano economico in realtà rappresenta un problema, perché si paga per una cosa che dura lo spazio di un mattino, ma non crea investimento e non crea futuro. Se invece si sviluppa un formato originale (mi riferisco alla Rai ovviamente, perché le televisioni commerciali hanno tutto il diritto e forse anche il dovere di mostrare quello che avviene nel mondo, però la Rai ha un ruolo diverso), in collaborazione con i produttori indipendenti, e lo si fa credendoci, si ottengono due risultati: che vada bene o male, comunque si crea qualcosa, si crea *know how* e soprattutto si crea un prodotto che poi si può rivendere, di cui si godranno i frutti, ottenendo, se va bene, un ulteriore ricavo. Anche in questo caso è un *win-win*: avrà un ricavo il produttore e avrà un ricavo la Rai.

Ho imparato tutto dalla Rai. Ho cominciato collaborando da esterna e lo sono stata per anni. La Rai mi ha insegnato questo mestiere, quindi sono profondamente contraria alla contrapposizione tra interni ed esterni, perché insieme, gli interni e gli esterni, hanno fatto la storia della televisione, hanno sfornato fior di professionisti di cui tutti possono poi godere i prodotti.

Occorre rimettersi a creare, come era venticinque anni fa, quando io ho cominciato. Tutti citano sempre la Rai Tre di Guglielmi, così come la Rai Due di Sodano, che andavano bene perché si creavano formati. Tutti creavano formati, poi, a un certo punto, la Rai è stata invasa dai formati internazionali e lì si è interrotta la collaborazione e si è creato un contrasto. Io credo che debba essere ripristinata questa buona pratica.

Chiudo sulla valorizzazione della piattaforma digitale. Tutti i dati ci dicono che l'AVOD (*advertising video on demand*) avrà un'esplosione, mentre le televisioni generaliste e lineari stanno via via perdendo bacino. Secondo gli ultimi dati, al *prime time* le generaliste hanno perso 2,5 milioni di bacino e al *day time* 1,5 milioni; da qualche parte sono andati, un po' sulle piattaforme, un po' sui *social* e un po' a cena fuori, forse. L'AVOD avrà un'espansione, perché i prodotti dovranno essere comunque pubblicizzati e venduti e l'AVOD dà questa possibilità, che non dà l'*on demand*.

Quindi, sostenere, incentivare e finanziare, più di quanto è stato fatto finora, Rai Play, continuare a farlo e farlo sempre di più credo che sia molto strategico. E questo dà la possibilità di produrre contenuti *ad hoc* nei settori *young*, *kids*, documentari, indirizzandosi anche a *target* molto specifici, che magari sulla rete generalista non si possono proporre ma su Rai Play sì. Via, via si consolida un'abitudine.

Da ultimo, ritengo che noi dobbiamo far vedere al mondo quanto siamo bravi; il mondo lo sa e può saperlo ancora di più, può saperlo meglio, può apprezzare più case di produzione e più prodotti. Potremmo allora cominciare a pensare che la Rai, come si fa in Olanda e nei Paesi scandinavi, produca qualcosa direttamente in lingua inglese, da utilizzare

anche nel mercato italiano, considerando – bisogna prenderne atto – che l'inglese è la lingua del mondo. Questo potrebbe essere fatto, per esempio, per prodotti *young*: tutti i ragazzi oggi sono abituati a vedere i prodotti in lingua originale con sottotitoli; allora perché non crearne anche noi direttamente?

PRESIDENTE. Grazie, dottoressa Ercolani. Mi pare che la parte più interessante sia quella in cui invita a cercare un nuovo equilibrio, dopo il terremoto che ci ha travolti e un altro che sta arrivando, con le normative e con le nuove quote.

Come Commissione (adesso ascolteremo gli interventi dei commissari), abbiamo sempre cercato di apportare, come potenziale contributo, quello di ragionare, certo, in termini di nuove risorse o di attribuzione di tutte le risorse del canone, ma anche di utilizzo delle risorse stesse. Occorre capire come indirizzare nella maniera migliore possibile queste risorse, avere la percezione e la rendicontazione di come vengono utilizzate, perché questo faciliterebbe un recupero di credibilità e di rapporto tra il servizio pubblico e il cittadino, che in questo momento non vive una delle sue stagioni più fortunate. Questo sicuramente è un tema, oltre a tutti quelli che la dottoressa Ercolani ha enumerato ed elencato.

ROMANO Andrea (PD). Signor Presidente, desidero ringraziare la dottoressa Ercolani per questa esposizione di fronte alla Commissione di vigilanza, che ho trovato particolarmente brillante ed efficace, anche perché molto corrispondente alle finalità di questo nostro giro di consultazioni. L'obiettivo di questa indagine conoscitiva è, appunto, quello di acquisire notizie, informazioni e opinioni, sia da parte pubblica che da parte di operatori privati, come nel caso dalla dottoressa Ercolani e com'è stato qualche settimana fa con Banijay, per quanto riguarda la loro esperienza nell'interlocuzione con la Rai.

In particolare mi soffermo su due punti – e poi farò una domanda alla dottoressa Ercolani – su cui vorrei richiamare l'attenzione dei colleghi relativamente all'introduzione della dottoressa. Il primo è il quadro della legislazione internazionale, in una logica di *benchmarking*. Il suo è il punto di vista di un operatore privato importante, molto innovativo. Due elementi, in particolare, hanno attirato la mia attenzione: da un lato, il tema della legislazione a sostegno delle produzioni indipendenti, che è presente in altri Paesi europei, come nel caso britannico. Tutti noi abbiamo una reverenza sacrale nei confronti del caso britannico, che anche da questo punto di vista dimostra che vi possono essere legislazioni migliori di quella italiana per un più sano rapporto tra servizio pubblico e produzioni private, creatività privata. L'altro aspetto è relativo al riferimento che ha fatto al *code of practice* della BBC, caso esemplare – a mio parere – che potremmo prendere a modello anche per quanto riguarda la nostra riflessione sul contratto di servizio della Rai, che tra l'altro è aperta, in vista del rinnovo che si deve fare sul contratto di servizio, in

cui l'elemento chiave è il principio di trasparenza, che credo dovremmo certamente aumentare nel caso italiano.

Inoltre vi è un tema relativamente alla tutela dell'attribuzione dei diritti di formato: è il tema della tutela della proprietà intellettuale, una delle nostre preoccupazioni. Anche da questo punto di vista si può fare meglio di quanto non si faccia in Italia, anche relativamente al rapporto tra servizio pubblico e produzioni private. Il caso britannico ci viene in soccorso anche da questo punto di vista.

Noi sappiamo – e ne abbiamo parlato anche recentemente, in occasione della riforma del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR) – che ci sono le quote di investimento obbligatorio. Ma il tema non è soltanto quello delle quote e della quantità di soldi che vengono destinati alle produzioni indipendenti, ma anche la ricchezza delle produzioni indipendenti, il numero dei produttori indipendenti. Magari vi sono anche risorse abbondanti da destinare ai produttori indipendenti, ma il loro numero è troppo limitato. Siamo di fronte – e la dottoressa Ercolani ce l'ha raccontato bene – ad una situazione asfittica, ad un mercato che non funziona. Noi dobbiamo porci – come legislatori e anche come commissari della Commissione di vigilanza – l'obiettivo di rendere questo rapporto più sano e più salutare. Queste sono le mie considerazioni.

La domanda specifica che voglio rivolgere alla dottoressa Ercolani è relativa alla stagione del Covid-19, nella quale siamo ancora immersi. Nello specifico, le problematiche che il Covid-19 ha comportato anche nel vostro settore (ovvero i protocolli necessari, i rischi che anche voi ovviamente, come professionisti, avete di fronte a questa situazione) quali conseguenze stanno provocando sul vostro lavoro di imprenditori? Che tipo di collegamento c'è tra le complicazioni e i rischi legati al Covid-19 e il rapporto con la Rai?

FEDELI (PD). Signor Presidente, ringrazio la dottoressa Ercolani. Mi facilita l'intervento il collega commissario che è intervenuto prima di me, perché condivido in particolare le modalità con cui ha analizzato e ci ha posto i problemi, quelle che ha chiamato le criticità. Quelle criticità sono esattamente gli elementi che alla Commissione di vigilanza servono per approfondire e per completare l'indagine conoscitiva. La dottoressa Ercolani ci ha fornito uno spaccato ulteriore, per esempio, rispetto al direttore europeo che avevamo sentito all'inizio di questo percorso.

Tra l'altro – se mi permette – lei ha innescato una riflessione, almeno dal mio punto di vista, sulla dinamicità anche di ciò che avviene dentro i *broadcaster* europei, perché non c'è una staticità. È un tema, da quanto deduco dalle cose che lei ci ha descritto in questa sede, presente anche all'interno degli altri *broadcaster* europei, in particolare in alcuni Paesi, compresa la BBC (ma non solo): quello di una dinamicità nuova rispetto all'invasione da parte del mercato americano e dei prodotti americani. È esattamente il tema non solo delle quote delle produzioni europee, ma anche delle produzioni nazionali. Il rapporto interno ai diversi Paesi tra i *media* pubblici rispetto al mercato privato è in evoluzione, è questa dinamicità

si sta riscontrando in Francia, ma anche in Germania. Quello che constatiamo e che continuiamo a constatare è che invece l'Italia è ferma da questo punto di vista.

Voglio quindi ringraziarla perché ci ha dato, per la nostra sintesi, per la nostra riflessione e, di conseguenza, per la nostra proposta, molti elementi che considero particolarmente dinamici e interessanti. Colgo su questo non solo le criticità, ma anche l'asse di proposta. Ho una battuta e lei me lo permetterà, me lo permetteranno le colleghe e colleghi e soprattutto e me lo permetterà il Presidente. Non siamo in questa fase, perché stiamo facendo un'audizione per completare la nostra indagine, ma a questo punto mi piacerebbe che lei parlasse con la Rai rispetto al nuovo piano industriale. Perché i nodi che lei, dal punto di vista del «che fare» e della proposta, ci ha offerto sono temi che noi, già nella nostra riflessione, ci ponevamo nella dinamica del confronto con il nuovo piano industriale, che fra dieci giorni verrà presentato in Commissione di vigilanza.

Rispetto alle questioni che lei ha posto in questa sede, anche in termini di criticità e di proposte, soprattutto in rapporto con le produzioni indipendenti, vorrei sottoporle una riflessione. Recentemente, nell'ultimo Consiglio di amministrazione della Rai, è stato presentato dal nuovo Amministratore delegato della Rai il piano industriale (non lo definisco «nuovo» e non vorrei essere fraintesa), che deve essere consolidato, come abbiamo letto anche in un'intervista su un quotidiano. Il piano dà solidità rispetto ai generi e rispetto a una strutturazione industriale concreta e differente. Cosa significa questo, in base alla sua esperienza, per le produzioni indipendenti? A questo punto nodale, infatti, si determina davvero un intreccio tra gli investimenti, che giustamente vengono chiesti da parte del *management* della Rai, e le produzioni di contenuto. Il nuovo modello industriale dovrebbe essere il centro. Vorrei capire qual è l'impatto che può avere questa nuova struttura di *governance* della Rai rispetto ai temi che lei ha sollevato, sia dal punto di vista della criticità, sia, soprattutto, dal punto di vista delle proposte.

Rispetto alle proposte che lei avanzava, vorrei un approfondimento sull'interlocuzione in questa fase di cambiamento e di digitalizzazione della Rai che veniva citata: io sono molto d'accordo su ciò che dovrebbe essere il nuovo contratto di servizio.

Inoltre, quali sono le nuove normative che dovrebbero accompagnare l'evoluzione della Rai? Cito, ad esempio, un piano di riforma, perché lei ci ha molto stimolato anche rispetto a una diversa *governance*. Continuare – giustamente, dal mio punto di vista – a citare la BBC o altre situazioni europee chiama in causa anche un cambio di *governance*, oltre che di progettazione del piano industriale, di contenuti e di investimenti. Sono tre cose strettamente collegate. Anche da questo punto di vista, quindi, mi piacerebbe comprendere se parte dell'inefficienza o dei tempi diversi, che lei qui ci ha posto come criticità, dipenda non da un dato soggettivo del *management* della Rai, ma della complessità della *governance*, legata al rispetto delle leggi che oggi governano la Rai.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdi*). Signor Presidente, sarò velocissima. Credo che queste audizioni ci servano soprattutto per ascoltare più che per parlare, perché ci permetteranno, poi, di formulare la nostra proposta.

Ringrazio la dottoressa Ercolani, perché la passione fa la differenza. La sua passione nel tratto espositivo ci fa capire che è una persona che ama il proprio lavoro e sappiamo bene che chi ama il proprio lavoro ci mette impegno, dedizione e naturalmente poi arrivano i risultati, come per la sua azienda.

Sono contenta che abbia tenuto conto anche della questione femminile, perché di solito noi donne abbiamo la «sindrome dell'ape regina», vogliamo essere uniche; lei, invece, è un bell'esempio della assenza di paura della concorrenza femminile.

Sono molto interessata, al fine di formulare poi la nostra proposta, a quanto ha detto sullo spazio per *kids* e *young*. Io sono cresciuta, sono ormai una donna degli anni Sessanta, ma nella mia epoca lo spazio per i ragazzi c'era; c'erano programmi con i quali io e i miei fratelli siamo cresciuti, i famosi telefilm («Torna a casa Lessie», «RinTinTin») e tutte le trasmissioni. Credo che questo sia un elemento non solo qualificante, ma anche distintivo dello spazio della famiglia; non si tratta soltanto dei bambini. Lei ha giustamente citato – e di questo dovremmo tenere conto – l'abitudine del consumatore: la televisione è un prodotto e, se si abitua il consumatore con degli appuntamenti fissi, poi non ne può fare a meno. La sua analisi è molto interessante. All'epoca forse eravamo anche una società diversa, fatta di figli e genitori, ma oggi potrebbe essere di figli e nonni e questo è un tema, presidente Barachini, che dovremmo assolutamente affrontare. Tutti vogliamo parlare di famiglia come nucleo centrale di organizzazione della nostra società, ma poi dimentichiamo questi elementi che creano famiglia e i momenti dello stare insieme. La ringrazio quindi di aver proposto questa riflessione, che mi ha fatto tornare ai tempi dello «Scacco al Re».

Mentre lei parlava facevo una riflessione. Noi siamo la Nazione di Michelangelo, Leonardo, Raffaello, quindi non siamo secondi a nessuno quando parliamo di creatività. Perché oggi, invece, ci hanno sopravanzato nella produzione di *format* e di programmi televisivi? Non abbiamo più quella *leadership* che, per storia, per persone, per geni, dovremmo ancora avere. Dalla sua esposizione si comprende come gli americani ci abbiano superato e ormai una fetta di mercato importante della creazione di *format* non soltanto non appartenga all'Italia, ma nemmeno all'Europa. Quali sono i motivi?

Infine, la produzione in inglese, a mio avviso, sarebbe un grande elemento di competitività. Piacerebbe a tutti che la prima lingua del mondo fosse l'italiano, ma – ahimè – è l'inglese e forse lo spagnolo. Produrre in inglese non soltanto darebbe più competitività – e questo vorrei che lei me lo confermasse – ma avremmo anche un risultato importante. Quando è nata la Rai – si legge nella storia – molti italiani hanno imparato a scrivere attraverso i programmi della Rai, perché l'analfabetismo era molto

diffuso. Come la Rai è stata in grado di insegnare a scrivere a molte persone, forse la Rai, con questa sua idea, potrebbe insegnare l'inglese ai nostri *young*, che sono molto deficitari da questo punto di vista. Oggi parlare inglese non è un *optional*, ma è una condizione *sine qua non*. La sua idea potrebbe insegnare l'inglese ai nostri *young*, attraverso programmi che voi sapete fare. Mi interessa particolarmente approfondire i temi dei programmi per *kids* e *young* e dell'inglese. Siccome nessuno inventa niente, se la Rai insegnasse l'inglese ai nostri *young* credo che sarebbe un grande successo.

L'ultima questione è la burocrazia. Lei parla di quattordici firme, che fanno passare dodici o quattordici mesi, mentre negli altri Paesi – e già capiamo che non possiamo competere – passano tre o quattro settimane, al di là di chi sia l'interlocutore. Vorrei capire lei come procederebbe.

PRESIDENTE. Sui programmi per bambini dobbiamo effettivamente fare una riflessione, anche perché quello è rimasto uno dei pochi pubblici prediletti della TV. Infatti tutti gli studi segnalano le persone più avanti con gli anni e i bambini come un pubblico di riferimento della televisione.

Il secondo tema è quello educativo e culturale. Per me c'è un tema anche di produzione ed educazione alla digitalizzazione oltre che all'inglese. Il nuovo linguaggio che tutti dovranno imparare, la nuova coscienza da creare tramite il servizio pubblico è sicuramente quella digitale. Su questo una produzione adeguata sarebbe molto utile. Purtroppo i ragazzi hanno la competenza e non la coscienza digitale, mentre agli anziani manca la competenza. Ci sarebbe un grande spazio, dal mio punto di vista, per questo tipo di formazione anche televisivo-culturale.

CAPITANIO (*Lega*). Signor Presidente, ringrazio la dottoressa per la relazione. Condivido quanto detto dalla collega Garnerò Santanchè. Sicuramente il lato da apprezzare di questa audizione è la passione che ha trasmesso. Noi, però, dobbiamo occuparci della vigilanza. È ovvio che se lasciassimo fare solo a lei, forniremmo la Rai solo di produzioni esterne, mentre dovremmo anche stimolare la contaminazione, prendendo quello che c'è di buono dall'esterno; a volte non tutto va benissimo, come è stato il caso di «Voglio essere un mago», altre volte, invece, ci sono cose che vanno molto bene e che non vengono valorizzate.

A mio avviso, il senso di questa audizione è anche capire l'intreccio, la collaborazione che debbano avere i produttori esterni con la linea editoriale e con la riforma del piano editoriale. Ad esempio, ci sono produzioni confinate nella sfera *kids*, poco conosciute, come «Jams», che tratta comunque temi fondamentali sul bullismo e il *cyberbullismo* (basta leggere i giornali di cronaca di questi giorni), che bisognerebbe avere il coraggio, in nome del servizio pubblico, di trasferire da questa galassia più sconosciuta ai primi canali. È ovvio che, soprattutto per il pubblico dei minori e dei ragazzi, la contaminazione con Rai Play è fondamentale. Quello che manca alla Rai in questo momento è la capacità di sviluppare una crossmedialità che porti, attraverso gli strumenti principali con cui i

ragazzi vanno su Youtube, su Netflix, sugli *streaming* di Amazon e dei concorrenti, ossia i cellulari e i *tablet*, ad approdare alla tv.

Mio figlio che ha otto anni usa la televisione per guardare Youtube o Netflix. In questo serve anche un'istruzione, un'educazione civica-digitale, attraverso la formazione. Secondo noi, anche la produzione esterna dovrebbe potenziare maggiormente questa piattaforma.

Noi abbiamo ascoltato Agcom e abbiamo visto i dati di ascolto: se non è oggi, è domani, ma la tv generalista, analogico-digitale e in 5G, purtroppo, per come è oggi, tra qualche anno non la vedremo più.

L'altro passaggio cruciale, su cui non torno, è il recente recepimento della direttiva sui servizi di media audiovisivi (AVMS); vorrei un vostro parere sulla distribuzione delle quote. Infatti, in un confronto che abbiamo avuto col ministro Giorgetti, il problema nell'assecondare un forte stimolo alla produzione in Italia consiste, innanzitutto, nel capire se a livello infrastrutturale ci sono centri di produzione in grado di sostenere un'elevazione delle nuove quote e, poi, nel riferimento alla qualità della produzione: non basta solo ottemperare numericamente alle richieste, ma bisogna anche portare della qualità, almeno sul servizio pubblico, finché ci sarà il canone.

PRESIDENTE. Diamo ora spazio alla dottoressa Ercolani per le risposte. Qualora volesse fornire qualche elemento particolarmente specifico per iscritto siamo sempre disponibili a questa soluzione, che in alcuni casi è preferibile, se ci sono delle risposte tecniche.

ERCOLANI. Signor Presidente, vi ringrazio per le domande e per aver colto alcune cose effettivamente per me molto rilevanti, come il tema dei bambini.

Approfitto della domanda sul Covid-19, perché oggi ho avuto la conferma di un problema per chi fa questo lavoro. Il Covid-19 è un problema per tutti; noi che facciamo le produzioni mischiamo le persone (che è una delle cose che durante la pandemia non si deve fare), spesso giriamo in posti al chiuso, in determinate ore della giornata, e poi, di sera, ognuno incontra altra gente. È quindi una situazione che, nonostante tutte le attenzioni e i protocolli, ci mette sempre in una condizione di rischio. Si dirà: assicuratevi. Ebbene, proprio oggi ho avuto la conferma che l'assicurazione per il Covid-19 non si può fare: a fronte della sottoscrizione di una polizza, ciò che viene rimborsato non è il danno, ma una cifra già stabilita, in un rapporto di circa uno a quattro. Quindi io pago cento e avrò quattrocento, non di più. Ma per ottenerlo si deve ammalare per forza una figura infungibile; non basta che si ammali qualcun altro, magari tre macchinisti e due elettricisti, che porrebbe il tema del *cluster* per cui poi bisogna bloccare la produzione. Per far attivare il risarcimento si deve ammalare l'attore, il regista e, a volte, il direttore della fotografia e non si deve ammalare sul *set*. Di fatto, quindi, si pagano un sacco di soldi e forse ne arriveranno pochi, ma non sono nemmeno sicuri perché tutte le regole

fanno sì che si escluda la possibilità del pagamento, tanto che l'agente assicurativo suggerisce di non assicurarsi.

Non voglio concentrarmi sull'assicurazione, ma questo per noi significa che tutti i rischi del Covid-19 ricadono sui produttori; non ricadono sui *broadcast*, né sulla Rai, neppure parzialmente. Una parte del *bonus* viene dato, fino a una certa cifra, per le spese causate dal Covid-19, ma la sospensione del *set* per rischio *cluster* o per la malattia di soggetti infungibili non viene presa in considerazione. Questo vale per tutti i *broadcast*, non solo per la Rai, e credo sia un tema che bisogna porsi. Se noi restiamo chiusi, su più di una produzione (e può succedere), per due o tre settimane, perché magari si ammala l'attore o il regista, falliamo. O si fa affidamento su un patrimonio infinito, o si fallisce. Alla fine anche il Covid-19 colpisce le piccole e medie imprese, come un po' tutto. Questo è veramente un problema che vi sottopongo.

Per quanto riguarda le quote, onorevole Capitanio, il paradosso è che in realtà gli investimenti previsti superano già le quote, quindi c'è già una contraddizione. Capisco che uno voglia avere libertà nel mercato e non voglia essere costretto. Ma come entra in gioco la Rai sulle quote degli altri? Come accennavo, la Rai ha la possibilità di creare professionisti. Nella compenetrazione tra esterni ed interni, come è stato negli anni, la Rai crea professionisti. Una delle cose che non mi riguardano direttamente, ma che trovo veramente terribile, è il blocco delle prime utilizzazioni. È assurdo che un'azienda culturale chiuda le porte ai giovani. Io non avrei fatto questo lavoro se ci fosse stata questa regola ai miei tempi; invece non c'era, anzi: si veniva accolti, si ricevevano spiegazioni, si veniva aiutati a crescere.

Come si fa a coprire le quote di mercato? La Rai può essere utilissima e non con i corsi, ma con la pratica, facendo lavorare interni ed esterni insieme, con contratti di collaborazione, come si fa nel nostro settore, che è tipicamente organizzato con il tempo determinato; non è il settore del tempo indeterminato, perché ogni progetto è diverso.

Cercherò ora di essere sintetica nelle risposte e mi riservo di inviare risposte più puntuali.

Senatrice Garnerò Santanchè, i formati internazionali sono stati una scelta di mercato. A un certo punto, venticinque anni fa, ha cominciato a usarli Mediaset, quando la Rai è diventata più commerciale: è una via che, da una parte, garantisce il *manager*, perché i risultati sono noti; dall'altra, è anche la risposta a una richiesta da parte del mercato, evidentemente. I grandi gruppi che hanno creato i formati internazionali anche in Europa hanno adottato una politica di espansione nel nostro Paese. Poi, alcuni anni fa, ci siamo ritrovati nel paradosso che il rifiorire del formato originale è stato determinato dalle piccole televisioni tematiche, le nuove digitali, che non si potevano permettere il *format feed* del formato internazionale, quindi hanno spinto verso quel settore. Questo fa riflettere.

Con riferimento alla Rai, non voglio citare casi specifici – ma ce ne sarebbero: compriamo formati anche dalla Norvegia e mi chiedo come ciò sia possibile, visto che la Norvegia è famosa per altro, non per la creati-

vità, mentre noi siamo famosi per la creatività – ma occorrerebbe trovare la giusta misura.

Sul nuovo piano industriale, di cui ho le notizie lette dai giornali, senatrice Fedeli, mi preoccupa una cosa sola: è una riforma che non si può non fare, quindi personalmente la sostengo, ma vorrei avere delle certezze. Vedremo, quando il piano sarà chiarito per esteso, quale sarà il flusso, il processo, chi saranno i nostri interlocutori, quanti saranno. Questo è il tema. Dovrò parlare con la Rete o con il direttore del genere e poi con il direttore del palinsesto? Sinceramente questo non mi è chiaro. Quanti interlocutori avremo? Saranno più di uno? Ci saranno i veti? Ci saranno decisioni collegiali? Quando interviene l'aspetto economico? Dopo tre, quattro, cinque o dieci persone? Non sarà così, immagino: saranno in un numero strettamente limitato, ma questo è il vero tema. La velocità del nostro lavoro e la certezza per quanto riguarda l'impresa (qualsiasi impresa cerca certezze nel futuro, visto che tutto è a rischio) stanno nella validità delle interlocuzioni con i vari soggetti; altrimenti invece che andare a parlare col direttore di rete o con il vicedirettore dovrò parlare con altri, non so chi. Questo, per quanto riguarda l'aspetto produttivo.

Infine, l'altro aspetto riguarda la cura. Occorre sapere di chi sia un determinato programma. Io non so di chi sarà figlio il singolo programma e uso questa parola, figlio, perché fare un programma è proprio un atto di creazione: prima c'è lo schermo nero e poi c'è una cosa che si muove dentro e che gli altri guardano. Qualcuno lo genera e qualcuno se ne deve prendere cura. Bisogna allora capire bene i processi e i flussi. Immagino che ci sia un pensiero su questo. Bisogna fare attenzione, vigilare. Ricordatevi di noi, che siamo dall'altra parte.

PRESIDENTE. Più che immaginarlo, ci auguriamo che ci sia questa visione. È necessaria. La ringrazio, dottoressa Ercolani e dichiaro conclusa l'audizione in titolo.

Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva in titolo ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 22,05.*

