

COMMISSIONE PARLAMENTARE

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

11° RESOCONTO STENOGRAFICO

DELLA

SEDUTA DI MARTEDÌ 29 GENNAIO 2002

Presidenza del Presidente Claudio PETRUCCIOLI

INDICE

Audizione del direttore di RAIUNO, dottor Agostino Saccà

PRESIDENTE	Pag. 3, 5, 6 e passim	SACCÀ dott. Agostino, direttore di	
ACCIARINI (Dem. Sin.-L'Ulivo), senatore . .	11	RAIUNO	Pag. 3, 5, 6 e passim
BUTTI (Alleanza Nazionale), deputato	9		
CAPARINI (Lega Nord Padania), deputato .	15		
CARRA (Margherita-DL-L'Ulivo), deputato .	12		
FALOMI (Dem. Sin.-L'Ulivo), senatore	12, 14		
GENTILONI SILVERI (Margherita-DL- L'Ulivo), deputato	16		
GIANNI Giuseppe (CCD-CDU: Biancofiore) deputato	19, 30		
LANDOLFI (Alleanza Nazionale), deputato .	17		
LAURIA (Margherita-DL-L'Ulivo), senatore .	8, 31		
MERLO (Margherita-DL-L'Ulivo), deputato	7, 8, 10		
MINARDO (Forza Italia), senatore	14		
PESSINA (Forza Italia), senatore	10		

La seduta inizia alle ore 14.

SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI

PRESIDENTE. Avverto che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità della seduta sarà assicurata per mezzo della trasmissione con il sistema audiovisivo a circuito chiuso.

Avverto altresì che sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Audizione del direttore di RAIUNO, dottor Agostino Saccà.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del direttore di RAIUNO, dottor Agostino Saccà.

Nell'ambito della decisione assunta di audire i direttori delle tre reti RAI (anche se non sono più reti ed è proprio questo uno degli argomenti cui rivolgiamo particolare attenzione) ascolteremo oggi il direttore di RAIUNO e domani il direttore di RAITRE.

Si è deciso di audire chi ha sinora svolto – e ci auguriamo continui a svolgere non avendo alcun pregiudizio – funzioni operative in strutture importanti della RAI per aver ben chiara la situazione in cui versa l'azienda e per acquisire valutazioni soprattutto in riferimento ai compiti che questa Commissione deve svolgere e che ineriscono, in maniera specifica, allo svolgimento del servizio pubblico.

Do quindi la parola al dottor Saccà.

SACCÀ. Signor Presidente, ho predisposto un testo scritto che lascerò agli atti della Commissione. Vorrei comunque esprimere alcune riflessioni su RAIUNO che, essendo figlia della sua storia – e lo sottolineo – presenta una particolare connotazione nell'attuale momento.

In RAIUNO non crediamo nelle affermazioni, sempre più diffuse tra gli intellettuali, che la televisione è un *vas damnationi*; per natura e linguaggio è un *medium* zero di senso in quanto risucchia, come un buco nero, tutta la realtà digerendola priva di senso con l'unico obiettivo della massimizzazione dell'ascolto e non di quello che si racconta.

La televisione generalista, a nostro giudizio, ha un'anima e un'intelligenza; ciò non significa che non si realizzano programmi a *medium* zero. Su RAIUNO – forse meno su altre reti – si producono programmi che abbiano l'anima e l'intelligenza di chi la fa e, soprattutto, del pubblico che la vede e che interagisce. Chi fa televisione generalista ogni giorno si misura con il pubblico che conosce in tutte le sue sfaccettature. Ogni ascolto,

ogni risultato, ogni *target* centrato dà dei messaggi rispetto a quello che si deve fare. Quindi, per un uomo che voglia fare televisione nel senso più vero della parola, il palinsesto, più che nella testa dei «palinsestari» delle reti, è nell'anima e nella memoria del pubblico.

Ciò significa assumersi una grande responsabilità, e RAIUNO, che è la più grande rete generalista – anche se il suo primato è stato recentemente insidiato, ma affronteremo questo aspetto in sede di bilancio – sente fortemente la necessità di fare una televisione che abbia senso perché racconta e, raccontando, descrive un Paese, un territorio che è una comunità. Dalla mattina alla notte narra storie italiane che si intrecciano con altre storie non italiane per lavorare sull'identità nazionale del Paese; questa è la missione che ci viene data dal Consiglio di amministrazione e dalle leggi. Tanto più il Paese e le realtà nazionali si dovranno confrontare con la globalizzazione quanto più sarà necessario lavorare sull'identità delle comunità nazionali; pochi sanno svolgere questo lavoro come la TV generalista: pochi perché pochi sanno cucire il passato, il presente e il futuro in maniera emozionante. Noi ieri abbiamo raccontato la storia di un italiano, una storia che ha avuto il 40 per cento di ascolto, praticamente ha spaccato a metà il pubblico; una storia che credo sia stata vissuta con emozione da chi l'ha vista e abbia fatto un po' crescere ognuno di noi.

Penso sia questo il compito di RAIUNO: raccontare in qualche modo storie italiane. Questo avviene tutti i giorni con «Uno Mattina», con decine di collegamenti, portando in studio tutti i giorni un parlamentare della maggioranza ed un parlamentare dell'opposizione, sentendo tutti i giorni le istituzioni regionali. A primavera trasmetteremo un programma, «Italia ti amo», che si muoverà per l'Italia un po' come faceva «Piacere, RAIUNO»: abbiamo individuato cento città e ad ognuna dedicheremo cinque giorni a settimana per raccontare le storie più belle. Il pomeriggio c'è Cucuzza, che con quindici collegamenti giornalieri continua quella che abbiamo l'ambizione possa essere la nazione che scrive ogni giorno una pagina della sua autobiografia: sono il Paese, le istituzioni, la gente comune che, passando attraverso RAIUNO, si raccontano, si rappresentano, si riaccordano al passato e si proiettano verso il futuro. C'è Biagi, che ogni giorno con «Il Fatto» dà un taglio, una interpretazione ad una vicenda, ad una storia. Ci sono, poi, le prime serate che sono tra l'intrattenimento, la *fiction* e l'informazione di prima serata (ne abbiamo fatte quattordici da settembre ad oggi). C'è la divulgazione fatta da Angela. Quindi, un'offerta ricca, secondo gerarchie di generi che non privilegiano solo l'ascolto ma anche – come facciamo con Angela o con l'informazione di prima serata quando è necessario farla – il racconto di cose che interessano al di là della spettacolarizzazione che se ne può fare.

Questa è RAIUNO, questa vorremmo che fosse, compiamo ogni giorno decine di errori (e se consideriamo che facciamo televisione ventiquattrore al giorno sono pure pochi); però gli obiettivi sono quelli, la tensione è di costruire una televisione al servizio del Paese e delle istituzioni, capace di contribuire alla tenuta complessiva di una comunità nazionale.

Per quanto riguarda il bilancio, devo dire che RAIUNO sta un po' meno male di qualche mese fa; prima stava molto male.

PRESIDENTE. Dottor Saccà, ci può ricordare la data in cui ha assunto l'incarico?

SACCÀ. Sono stato direttore di RAIUNO fino a giugno 2000, poi sono andato a dirigere il *marketing* strategico, quindi sono tornato a RAIUNO nell'agosto 2001.

Dicevo che RAIUNO stava molto male perché aveva perso la *leadership* degli ascolti, che adesso faticosamente stiamo riconquistando, aggiungendo anche qualcosa di più: in sintesi, quella capacità di essere uno strumento a tutto tondo di ideazione, produzione, post-produzione e messa in onda di un prodotto. Certe scelte procedurali aziendali di dividere le competenze tra le reti e una nuova struttura avevano in qualche modo segnato negativamente la capacità di RAIUNO di tenere sul mercato, di fare prodotto, di promuoverlo e di presentarlo all'offerta; i costi crescevano, gli ascolti calavano. In particolare, i costi della divisione produzione, una struttura esterna che lavora su commessa, o a *transfer price* o su risorse che delega RAIUNO ai centri di produzione, aumentavano in maniera incontrollabile e c'erano sempre meno risorse per fare il prodotto. A questa situazione si sommava un *trend* di tipo culturale nel Paese che, come ci veniva segnalato dai nostri esperti di *marketing*, privilegiava le reti commerciali private; una cultura che veniva da lontano e che spingeva al consumo, all'individualismo, alla sfida individuale. L'offerta di RAIUNO si trovava spiazzata rispetto a questa domanda, che diventava sempre più difficile inseguire. Però, l'11 settembre è successo qualcosa che ha cambiato proprio la domanda del pubblico e RAIUNO ha avuto la prontezza di salire su questo destriero offerto - sembrerò cinico - dalla tragedia americana; d'altronde era anche strutturata per farlo, perché aveva un telegiornale molto forte con tante edizioni e una serie di programmi di informazione leggera o di spettacolo con elementi di informazione, di *talk show* sull'attualità. Quindi, abbiamo potenziato tutti quei programmi che usavano la diretta e questo ci ha consentito di ribaltare il giudizio della società Mackno, che nella primavera 2001 diceva di RAIUNO: «La rete presenta un andamento declinante sul piano della fidelizzazione dichiarata e un forte offuscamento su tutti i tratti di immagine. Perde, in particolare, la sua tradizionale caratterizzazione come TV-verità mentre acquista visibilità su alcuni tratti negativi, come la faziosità e la volgarità. Questa dinamica si accompagna ad una più generale perdita di identità e di peso nel posizionamento. Il profilo del pubblico rimane sostanzialmente equilibrato con una leggera contrazione della sua componente femminile. Il tono della rete e l'indebolimento strutturale della rete non produce effetti significativi nell'area valoriale che recupera qualche punto (...). La crescita più significativa avviene tuttavia sul piano dei valori di riferimento, dove assume un peso doppio rispetto allo scorso anno la dimensione della partecipazione politica».

Ero direttore del *marketing* strategico quando lessi per la prima volta questo giudizio. Pensai che i dati di ascolto dovevano essere figli di questa immagine, di questa percezione che il pubblico aveva della rete, che quindi sarebbe stato difficilissimo spezzare il circuito perverso che rischiava di non farla più uscire fuori da questa situazione. Senza alcuno spirito polemico nei confronti di qualche collega della RAI, devo dire che era questo il programma scelto dal pubblico per identificare RAIUNO. L'associazione era spontanea e alla domanda: se dico RAIUNO cosa rispondi? La risposta era: Amadeus, mentre prima si indicava il Tg1 o Vespa.

L'idea di sostituire «Quiz Show» nacque in azienda nel giugno 2001 quando, alla luce dei dati, si prese atto dell'effetto devastante dell'omologazione culturale dell'offerta di RAIUNO nella fascia più importante, oltre il *prime time*, del preserale prima del telegiornale, a quella delle altre reti. Si decise quindi di intervenire sul palinsesto e una delle prime decisioni della direzione, da me assunta in agosto, fu quella di sostituire «Quiz Show».

Tra l'altro, oltre all'esigenza strutturale di tenuta complessiva dell'immagine di RAIUNO, mentre Canale 5 trasmette il «Miliardario» per 25 giorni all'anno e poi lo manda in onda in prima serata, RAIUNO trasmetteva «Quiz Show» tutti i giorni. Il servizio pubblico, dunque, non si omologava ma correva sulla strada dell'omologazione rispetto al servizio privato con effetti devastanti su tutto il resto e soprattutto sull'immagine della rete.

PRESIDENTE. Vorrei sapere se esiste un nuovo rapporto della Mackno oltre a quello che lei ha richiamato?

SACCÀ. Al rapporto Mackno della primavera se ne aggiunge un altro della fine del 2001 che recita «Con riferimento alla rivoluzione ... in RAIUNO, in particolare per la rete si rafforzano le dimensioni dell'auto-revolezza» - prima spiega che vi è stata l'inversione di tendenza - «del prestigio, della serietà, della professionalità e della tradizione. D'altra parte flettono leggermente i due tratti legati all'aspetto più familiare della rete ... incrementi diffusi anche tra le dimensioni meno caratteristiche della rete, spesso acquisendo maggior spazio proprio nel posizionamento di Canale 5. Difatti aumentano per RAIUNO le associazioni ... quali tra i programmi più piacevoli e divertenti di maggior successo rispetto a pubblicità che si vedono più volentieri ma anche a programmi che servono alla gente ... impegnata sui problemi sociali».

PRESIDENTE. Poiché fino alla primavera del 2001 «Quiz Show» è andato in onda regolarmente, non può essere stata la presenza di tale programma ad influire sull'immagine della rete?

SACCÀ. Non c'è dubbio. Prima «Quiz Show» era l'unico programma caratterizzante della rete.

RAIUNO ha attraversato una fase difficile non solo per il peso sui profili editoriali di valutazioni esterne e divisionali ma anche perché era stata mortificata nella sua libertà editoriale. Per dare a Beretta quello che gli si deve, mi preme sottolineare come quest'ultimo si sia trovato ad operare in presenza di una condizione strutturale che non lo metteva in grado di fare quello che era giusto fare per RAIUNO.

Dopo gli avvenimenti dell'11 settembre la rete si è aperta in tutti i suoi spazi raccontando i fatti; poi ha fatto seguito lo *show* di Giorgio Panariello, cui si è aggiunta una serie di *fiction*, fra le quali quella sui *desaparecido* che ha registrato 12 milioni di ascoltatori. Se continuerà con questa *performance*, la prossima RAIUNO avrà superato definitivamente la crisi anche in termini di ascolto.

Il programma di Raffaella Carrà che va in onda il giovedì sera registra un ascolto superiore a quello che raggiungeva lo stesso spettacolo il sabato sera. La trasmissione con Lucio Dalla e Sabrina Ferilli non solo è di qualità ma è anche un trionfo di grande televisione. Con gli sceneggiati storici su «Perlasca» e Maria José si è avuto il coraggio di fare una *fiction* italiana che paga in termini di immagine e non solo di ascolto. Quanto ad immagine pagherà anche l'aver portato registi importanti del cinema, come Lizzani e i fratelli Taviani, a produrre *fiction*. Il pubblico ha colto questa netta inversione di tendenza.

Rimanendo nell'ambito delle associazioni spontanee, se si chiede oggi cos'è RAIUNO, la prima risposta è «Panariello», che ha registrato una popolarità che non ha raggiunto nemmeno la Carrà, poi viene indicato Vespa, quindi il Tg1 e infine Biagi; si deduce quindi la ricchezza di programmazione. Vi è ancora chi ricorda il «Medico in famiglia», il che significa che quella *fiction* ha lasciato traccia. Mentre prima imperava solo «Quiz Show» ed Amadeus come personaggio di rete, oggi una varietà di segnalazioni dimostra che la rete ha ripreso il suo rapporto con il pubblico.

MERLO (*Mar. DL-U*). Condivido la relazione del dottor Saccà. Rispetto ad altri interventi ascoltati in questa sede, più apocalittici se non allargati, quello concreto e pragmatico del direttore di RAIUNO è stato utile per identificare quella che oggi è la rete che dirige.

Senza alcuna intenzione di confronto, rubando però una definizione allo storico Giovagnoli che parlava di Democrazia Cristiana come autobiografia della nazione, dalle stesse parole da lei usate poc'anzi e dall'esperienza che molti di noi hanno, anche RAIUNO potrebbe essere definita come una sorta di autobiografia della televisione italiana.

PRESIDENTE. Onorevole Merlo, lei fa un equivalente tra RAIUNO e la DC?

MERLO (*Mar.DL-U*). Questa è una sua libera interpretazione.

PRESIDENTE. Non volevo nascesse questo equivoco.

MERLO (*Mar.-DL-U*). Mi rendo conto che tocca alla politica dare una risposta, ma credo sia importante ascoltare la sua opinione, visto che siamo alla vigilia di una riforma complessiva.

Lei ha giustamente parlato di identità; a mio modo di vedere, lei ha fatto riferimento a RAIUNO come anima del pubblico italiano che crea i vari elementi che rafforzano il palinsesto di questa rete e come identità della comunità nazionale attraverso il racconto di alcune storie. Questo elemento quanto mai importante ha avuto, a volte, qualche sbavatura con la riduzione alla mera spettacolarità.

Essendo questa la rete «ammiraglia», l'autobiografia della televisione, la rete in cui moltissimi italiani si identificano, un eventuale processo di privatizzazione rischierebbe non solo di attaccare alle fondamenta gli elementi da lei poc'anzi indicati come portanti della stessa rete, ma anche di sminuire il servizio pubblico indebolendo, conseguentemente, l'identità nazionale. Come può essere compatibile tutto ciò con il mantenimento di questo impianto e di questo palinsesto? Credo che questo sia un importante spunto di riflessione anche nei confronti della politica.

LAURIA (*Mar.-DL-U*). Rispetto a quanto abbiamo ascoltato pochi giorni fa dal direttore Freccero, ci troviamo di fronte – come diceva il collega Merlo – ad una relazione più pragmatica.

I due direttori hanno anche due modi diversi di intendere e fare la televisione, entrambi legittimi; del resto la varietà di questo mondo deve pur essere rappresentata nei media. Devo dire che ciò traspare anche dall'azione nell'ambito delle proprie reti: Freccero ha il gusto – a volte, come ho detto, fine a se stesso perché non si può essere solamente corrosivi senza essere propositivi – per la professione e per la discontinuità, che è anche un fatto positivo sotto alcuni versi; la preoccupazione di Saccà è di preservare la memoria storica, intesa come valore, dell'identità nazionale, certo con risposte che si vanno adeguando al mutare dei tempi: a volte ci riesce, a volte lui stesso riconosce che ci sono delle cadute.

Ambedue, però, per quello che mi ricordo, sostanzialmente non ritengono superata la TV generalista, anche se siamo in un'epoca di media che devono agire in forma interattiva. Del resto, non potranno considerarla superata sino a quando il sistema resterà bloccato, per colpa ovviamente della politica e non dei vari dirigenti: o si insegue la TV generalista utilizzandola e allo stesso tempo subendola, oppure si rimane travolti dalla concorrenza, per quelli che sono ancora i gusti e le abitudini culturali degli italiani di fronte al televisore. Quindi, chiunque si trova ad operare tra Scilla e Cariddi, tra il problema della qualità e l'adeguarsi non rompendo i ponti con il passato: questo significa ridursi senza vascelli e avvantaggiare la concorrenza.

Desidero porre alcuni quesiti all'amico Saccà su questioni che emergono anche dai giornali, mentre per quanto riguarda altri aspetti c'è un problema di monitoraggio che faremo per tutte le reti nei prossimi giorni e quindi mi riservo di relazionare in Commissione quando disporrò di elementi maggiori.

Ad una domanda ha risposto implicitamente: la sofferenza del TG1 che si ritiene sia causata dal venir meno del traino di Amadeus. Se si vuole una televisione che solletichi il ventre molle di quel che vuole un pubblico di bocca buona, con questa inflazione di *quiz*, se quel programma viene sostituito da un contenitore informativo non dovremmo lamentarci quanto alla qualità. D'altra parte, se si dà un'overdose di informazione per alcune ore, è un fatto psicologico che ci sia una forma di saturazione del telegiornale, anche perché molte delle notizie vengono «bruciate» nel corso della trasmissione di Cucuzza. Certo, mi dà fastidio apprendere che Amadeus vada a transitare – non lo dico per un giudizio politico o di altra natura – su Canale 5; come mi dà fastidio che i risultati innegabili di certe produzioni molto spesso purtroppo non nascono da una scelta interna, valorizzando la produzione RAI, ma sono confezionati «chiavi in mano» da Bibi Ballandi, ad un costo che non è irrisorio. Vorrei, allora, qualche risposta dall'amico Saccà tra l'affidarsi al prodotto sicuro e correre il rischio di non validità.

Vorrei, poi, qualche chiarimento dal direttore di RAIUNO su un'altra questione di cui si sono interessati anche i giornali: l'interruzione della trasmissione «La vecchia trattoria» (mi rendo conto che non è l'unico esempio di trasmissione interrotta, sono cose normali, sono successe in tutte le reti).

Per quanto riguarda Vespa, come siciliano e anche a tutela dell'emittenza locale che tanto facciamo per difendere, mi associo alla richiesta dei colleghi per vedere, attraverso il nastro registrato della trasmissione, di chiarire alcuni aspetti.

Per quanto riguarda Bruno Vespa, vorrei un suo giudizio non sulla persona, che reputo un ottimo professionista, ma sul fatto che l'eccessiva presenza del conduttore di «Porta a Porta» in prima o in seconda serata sia un bene oppure no per la rete ammiraglia, considerato che quando la trasmissione è riportata in prima serata ha spesso dei risultati di *audience* discutibili, al di là di alcune ultime vicende dove Vespa è sembrato un po' nervoso, perché forse lavora troppo.

BUTTI (AN). Signor Presidente, vorrei chiarire che il mio intervento relativo a quanto è accaduto ieri nella trasmissione «Porta a Porta» non ha nulla a che vedere con l'audizione di quest'oggi con il dottor Saccà. Né io, né il collega Caparini intendevamo muovere accuse alla professionalità, alla capacità e alla competenza di Bruno Vespa, ma solamente denunciare un fatto che, se confermato, sarebbe veramente grave. Premetto anche, direttore, che questa Commissione sta lavorando attorno ad una serie di progetti, il dibattito politico è quanto mai serrato in questo periodo, si sta parlando di tutto, perciò ci interessa più acquisire informazioni che non esprimere giudizi.

Le farei, allora, qualche domanda, dopo aver ascoltato la sua breve ma completa introduzione. Abbiamo sempre parlato di RAIUNO – lo ha fatto anche lei – come di una emittente *leader* non solo in ambito RAI, ma nel complesso del mondo televisivo. Allora, perché in questi ultimi

mesi RAIUNO ha perso una acclarata *leadership* nel mercato televisivo? Forse - e mi collego a quello che dicevano poco fa altri colleghi - per lo scarso peso che può avere l'informazione, e quindi il TG1, rispetto al complesso di RAIUNO, oppure ci sono altri motivi?

La scorsa settimana il suo collega di RAIDUE Freccero ha detto che tutti i *format* in fase sperimentale partono su RAIDUE e quando ottengono successo passano automaticamente su RAIUNO. Questa analisi, però, cozza un po' con quello che lei ci ha fatto capire poco fa. A questo proposito, abbiamo avuto modo di visionare in questa Commissione alcuni dati che ci hanno fatto discutere: per esempio, nel 2001 sono stati spesi 240 miliardi da RAIDUE per l'acquisto di film e *fiction* anche di qualità, mentre RAIUNO ne ha spesi solo 120. Quindi vuol dire che, rispetto al passato, qualcosa nell'equilibrio tra le reti è mutato. Qual è la logica commerciale - ammesso che vi sia - nella distribuzione di questi prodotti? Come mai RAIDUE e RAITRE acquistano *fiction* e film, anche di qualità, in misura decisamente superiore a quanto fa e può fare RAIUNO?

Sempre con riferimento ai generi, esiste o no una gerarchia negli spettacoli, nell'intrattenimento, nei film, in sintesi nella vostra programmazione?

Ricollegandomi a quanto sottolineato dall'onorevole Merlo, la privatizzazione dell'azienda sta affascinando trasversalmente il panorama politico. Analogamente a quanto abbiamo chiesto al direttore di RAIDUE, che è certamente esperto di televisione, che giudizio offre sul dibattito relativo alla privatizzazione e (aspetto che a noi interessa tantissimo come informazione per poi elaborare un'analisi) sul rapporto stretto che esiste tra la privatizzazione della RAI e il servizio pubblico? Qual è il suo concetto di servizio pubblico?

PESSINA (FI). Presidente, mi scuso sin d'ora ma purtroppo, essendo impegnato in un'altra Commissione per un'altra audizione, non potrò ascoltare la risposta a questa mia semplice domanda; mi riservo in ogni caso di leggerla dal resoconto stenografico della seduta odierna.

Nella sua esposizione molto interessante, ben articolata e meno filosofica di quella del collega Freccero...

LAURIA (Mar-DL-U). Aveva però un enorme fascino!

PESSINA (FI). Aveva un enorme fascino, devo riconoscerlo. Siamo in una Commissione in cui si deve parlare di problemi concreti e, in questa linea, l'esposizione del dottor Saccà è stata sicuramente concreta e pragmatica. Dottor Saccà, lei ha messo in evidenza l'esigenza di sviluppare, attraverso RAIUNO, una TV generalista, obiettivo che mi sembra molto in linea con le aspettative del pubblico italiano in generale; ha poi parlato di una televisione al servizio del Paese. Vorrei brevemente soffermarmi su quest'affermazione. Ricollegandomi al richiamo fatto dal collega Lauria, con una certa punta critica, al programma di Vespa, colgo l'occasione per richiamare l'attenzione sul conduttore Biagi, gran giorno-

lista che conosco e stimo, del quale ho seguito più volte le trasmissioni, che lei ha definito essere di interpretazione dei fatti. Ebbene, per una televisione al servizio del Paese, l'atteggiamento del giornalista Biagi, dichiaratamente e palesemente ostile a tutto quello che viene fatto e gestito dall'attuale Governo, è un servizio utile al Paese o non è piuttosto motivo di esasperazione del comportamento di quella parte del Paese che non considera l'attuale Esecutivo espressione massima della volontà popolare? Nelle sue trasmissioni Vespa mantiene, a mio giudizio, maggiore equilibrio. Sappiamo che vi è una disposizione favorevole da parte di taluni programmi nei confronti dei comportamenti del Governo attuale, ma ciò non appare così evidente, come al contrario avviene nel programma condotto dal giornalista Biagi.

ACCIARINI (*DS-U*). Ho sentito alcuni colleghi intervenire con toni particolarmente diplomatici; per quel che mi riguarda le rivolgerò invece una domanda cattiva. Nella sua relazione, completa e interessante, nel citare la data dell'11 settembre ha anche precisato che la domanda del pubblico a seguito di quei tragici avvenimenti è cambiata e che la RAI era pronta a rispondere. Ritengo giusto, però, formulare la seguente domanda: siete dell'opinione di aver risposto in modo adeguato al salto di qualità della domanda del pubblico da lei richiamato? Capisco il travaglio delle trasformazioni ed aggiungo anche che è facile criticare soprattutto chi le fa. La mia domanda non toglie certo nulla alla validità dell'obiettivo proposto e tiene conto del lavoro che Lei, insieme al suo *staff*, sta compiendo.

Lei ha chiarito che RAIUNO era prima identificata con «Quiz Show»; per quel che mi riguarda non provo particolare simpatia per Amadeus. Nel citare ciò che ha fatto diventare migliore la RAI, ha poi collocato al primo posto il programma di Giorgio Panariello, tenuto conto che i dati a disposizione evidenziano tale valutazione. A mio giudizio, però, la risposta al cambiamento di domanda del pubblico dopo gli avvenimenti dell'11 settembre non ha registrato un significativo salto di qualità.

Cito a mente alcune sue considerazioni: «Faziosità e volgarità, che sembravano essere due aspetti prima prevalenti in RAI, sono ora in fase di superamento». Ebbene, non credo di sbagliare nel rilevare che alcuni spettacoli sono faziosi e «Porta a Porta» ne sta dando ripetutamente prova. Inoltre, come unica componente femminile della Commissione presente (ma non la sola per quanto riguarda la composizione) devo osservare che i dati relativi alla presenza femminile nel programma «Porta a Porta», da me richiesti, hanno complessivamente dimostrato (anche se andrebbero aggiornati giacché risalgono alla fine di settembre) che la presenza numerica delle donne, indipendentemente dagli schieramenti politici, è piuttosto scarsa a livello qualificato. Sono, cioè, poche le invitate che abbiano una vera competenza sui temi affrontati. Anche in questo caso, di genere, mi sembra si sconfini nella faziosità.

Di volgarità ce n'è ancora molta; spesso su «RAIUNO Mattina» si assiste a comportamenti e ad atteggiamenti intellettuali che, a mio giudizio, sono vere e proprie forme di volgarità. Non ho avuto occasione di ve-

dere, ma lo farò presto, il programma con Sabrina Ferilli e Lucio Dalla. La presentazione, sinceramente, era volgarissima: l'idea di travolgere la persona e poi farne vedere la gamba e il bastone è stata, a mio parere, un vero e proprio esempio di volgarità. Quindi, indipendentemente dall'obiettivo, credo che le sorti, dei programmi RAIUNO in questo momento, siano incerte. Tutti i giorni andate nelle case degli italiani ed è giusto che vi diate la missione di rappresentare bene l'identità nazionale del Paese; ho notato anch'io che alcune *fiction* stanno sottolineando maggiormente questi aspetti. Penso però che la strada sia ancora molto lunga, e il divario tra la tragicità dell'evento e i vostri risultati sia molto evidente.

CARRA (*Mar.DL-U*). Piuttosto che «l'autobiografia di una nazione» quello scritto dal dottor Saccà è un diario italiano. Il quale oggi ce ne legge una pagina, riscuotendo critiche laddove forse non se le sarebbe aspettate, ma anche elogi ben motivati. Un elogio che voglio fare di cuore è ad esempio per il film su Perlasca, la cui prima puntata è andata in onda ieri sera. Un modo civile e importante di partecipare alla «giornata della memoria». Considerato anche il successo che ha arriso alla prima puntata – lei dottor Saccà ha parlato del 40 per cento di *share*, il che vuol dire molti milioni di ascoltatori – credo che questa sia l'occasione migliore per una riflessione su che cosa debba essere e debba produrre il servizio pubblico, anche se RAIUNO non è solo servizio pubblico. Credo insomma che trascurare questa possibilità offerta da Perlasca, considerandola come una qualunque *fiction* di successo sia un errore. E, sempre a proposito del servizio pubblico, penso che una rete come la UNO debba difendere innanzitutto la propria autorevolezza e questa è assicurata soprattutto dall'informazione. In fondo una grande rete TV è sempre di più un sapiente mescolarsi di informazione e di intrattenimento. E quale informazione è più importante per il Paese di quella del TG1? E quale più importante missione compete a un Direttore di rete se non quella di salvaguardare, garantire e rilanciare il TG1? Il problema del TG1 è naturalmente anche al suo interno: al mondo finisce tutto, così per il TG1 non è più vera l'equazione: «lo ha detto la televisione» come una volta diceva «lo ha detto il giornale», e anche questo non è più vero. Il TG1 comunque resta il più grande giornale televisivo di questo Paese e non aver pensato in tempo a difenderne gli ascolti è un fatto che ci fa sospendere il giudizio su RAIUNO e sulla sua conduzione.

FALOMI (*DS-U*). Mi sembra che lei, dottor Saccà, abbia inquadrato il ragionamento sulla questione della soppressione della trasmissione di Amadeus e la *querelle* che ha provocato con la redazione del TG1 con l'esigenza di mutare un po' il volto della rete per qualificarlo maggiormente e renderlo più corrispondente ad una logica di servizio pubblico. Un simile proponimento, in linea generale, non può che trovare orecchie attente in chi insiste molto sulla necessità che il servizio pubblico abbia una sua missione e una sua identità specifica.

Il punto delicato, però, che non ho colto nella sua riflessione è che siamo di fronte ad un servizio pubblico che, *rebus sic stantibus*, ha anche un problema di competizione e di concorrenza, al quale sono legate le risorse finanziarie. Non possiamo mettere da parte questo tema, perché potremmo certo sacrificare la logica dell'*audience* alla logica del servizio pubblico, però ci sono dei limiti entro i quali questa operazione si può fare, altrimenti, data la dinamica delle altre fonti di entrata (mi riferisco al canone), finiremmo per trovarci di fronte ad un'idea di servizio pubblico che uccide se stesso. È chiaro che il problema può e deve essere risolto dal legislatore, affrontando il nodo di questo carattere ambiguo del servizio pubblico che è servizio pubblico ma anche azienda in competizione; però – ripeto – resta il fatto che, *rebus sic stantibus*, il problema non può essere considerato irrilevante.

La questione assume, allora, un'ottica diversa, e vorrei al riguardo una sua opinione, perché non vorrei che, presi dal ragionamento, finissimo per dimenticare l'altro aspetto, cioè che c'è una competizione che deve essere vinta. Da questo punto di vista, mi piacerebbe, per esempio, avere dei dati per fasce orarie circa gli effetti che complessivamente questi mutamenti hanno prodotto in termini di ascolto, per stabilire se hanno portato un miglioramento o un peggioramento. È importante, perché penso si possa fare comunque servizio pubblico di qualità anche combattendo la battaglia dell'ascolto.

La seconda riflessione riguarda il pluralismo che si esprime nella rete e nel quale il servizio pubblico ha una delle fonti della sua legittimazione; ovviamente, pluralismo inteso come garanzia di presenza di punti di vista diversi, di completezza dell'informazione e di imparzialità. Da questo punto di vista non posso non rilevare qualche distorsione nella politica che complessivamente emerge nelle scelte di RAIUNO. Sarebbe importante rilevare anche i dati relativi ai molteplici aspetti del pluralismo (economico, sociale, culturale e via dicendo). Gli unici dati rilevati dall'Osservatorio di Pavia riguardano il pluralismo politico ed evidenziano, a mio modo di vedere, qualche squilibrio, tenuto conto che sono relativi ad un arco sufficientemente ampio di tempo (da giugno a dicembre), che non si limita quindi alla mera registrazione dei fatti che accadono o no.

Mi riferisco, ad esempio, al TG1 dove, pur vigendo la tanto vituperata regola non scritta dei tre terzi (uno al Governo, uno alla maggioranza e uno all'opposizione), in questo periodo la presenza dell'opposizione, raggiungendo solo il 26 per cento, risulta piuttosto sottodimensionata. In altri Paesi, come la Francia, norme del genere sono sancite per legge. I dati quantitativi, pur non rilevando tutto, hanno un loro valore perché costitutivi di un segnale.

Analoghe considerazioni si possono esprimere rispetto ad alcune trasmissioni della rete che presentano squilibri piuttosto forti. A «Domenica in», che va in onda in orari significativi, la presenza del Governo arriva al 50 per cento a fronte del 27 per cento dell'intera opposizione, con ciò intendendo Rifondazione Comunista e L'Ulivo. Non si possono sollevare

questioni di bilancino ma alla fine i dati che emergono sono quelli indicati.

Si giunge poi al caso estremo – dipendente dalla vicenda, finalmente avviata a conclusione, del sottosegretario Sgarbi – della trasmissione di Paolo Limiti, nella quale la presenza di esponenti del Governo raggiunge il 90 per cento contro lo zero per cento di quelli dell'Ulivo e di Rifondazione Comunista; il restante 10 per cento è distribuito fra le varie componenti della Casa delle Libertà che viene distinta dal Governo.

In questa sede abbiamo sollevato il problema di come sia possibile per il servizio pubblico radio televisivo chiedere da una parte ai propri giornalisti impegnati parlamentariamente di non apparire più in video e poi offrire uno spazio ad esponenti politici magari anche per occuparsi di materie non di loro competenza.

PRESIDENTE. Questa questione non è stata ancora risolta.

FALOMI (*DS-U*). Lo so, ma vorrei capire se l'azienda ha previsto delle regole per evitare che succeda quello che poi, in effetti, accade.

Sempre in materia di pluralismo, si pone un'analoga questione con riferimento ad un altro aspetto che abbiamo sollevato in precedenti discussioni; mi riferisco alla promozione – non so se a pagamento – nell'ambito di alcune trasmissioni, di libri di giornalisti RAI. Ritenete questo metodo corretto? Esistono disposizioni del direttore della rete in tal senso?

Mi preme infine affrontare la polemica sollevata a proposito della partecipazione, ad un paio di trasmissioni televisive della sua rete («Domenica In» e «Porta a Porta»), del cosiddetto fidanzatino di Erika. Il direttore della rete non ritiene sussistano elementi contrastanti con l'esigenza di tutela dei minori dal momento che, anche se il «fidanzatino» è maggiorenne, racconta comunque storie e vicende che riguardano un minore? È giusto poi che il servizio pubblico inviti personaggi del genere compensandoli, di fatto, a carico di coloro che pagano il canone televisivo?

MINARDO (*FI*). Condivido la relazione del dottor Saccà per quanto riguarda i programmi qualificati come interessanti. Questa rete – considerata da lei *leader* nell'ambito del servizio pubblico – deve dare le più ampie informazioni possibili di primo piano.

Approfitto dell'audizione del direttore di RAIUNO per richiamare l'attenzione sul programma «Porta a Porta» andato in onda il 21 gennaio scorso. Nel Sud, principalmente in Sicilia, si sono verificate due calamità naturali, la siccità e le gelate, cui si è aggiunta una terza calamità artificiale, quella trasmissione di Vespa.

In Sicilia protesta e mancanza di ordine pubblico hanno preso il sopravvento sul territorio; da qualche giorno insieme ad alcuni produttori agricoli si sta cercando di fare fronte alla situazione ma, sinceramente, non si sa cosa sia più opportuno fare. Gli agricoltori stanno predisponendo querele perché in una diretta televisiva sono state comunicate informazioni

false ed allarmistiche definendo le serre siciliane come camere a gas che producono bombe da portare a tavola. E' facilmente immaginabile la reazione dei milioni di consumatori italiani che hanno ascoltato tali dichiarazioni. Il risultato che si voleva ottenere è stato certamente raggiunto dal momento che i prezzi si sono abbassati a seguito del crollo della domanda di prodotti freschi. La popolazione allarmata preferisce consumare surgelati, come se questi ultimi non provenissero dalla terra. Trattandosi di un problema più grave di quanto non appaia, sarebbe opportuno prevedere una trasmissione che consenta di replicare e soprattutto di rettificare le notizie false e tendenziose diffuse da un programma circa i prodotti ortofrutticoli che provengono dalla Sicilia e, in particolare dalla provincia di Ragusa, dove è presente il 90 per cento della serricoltura siciliana.

Allora, bisogna correre ai ripari, e il rimedio passa attraverso la stessa trasmissione «Porta a Porta» che deve rettificare immediatamente il tiro, e non aspettare che questo comparto muoia definitivamente. Le chiedo formalmente di intervenire affinché la stessa trasmissione dica la verità, perché oltre ad aver provocato un blocco delle vendite i NAS sono andati immediatamente in tutti i mercati ortofrutticoli e c'è stata una ribellione da parte di tutti i produttori.

Il servizio pubblico televisivo non si può permettere questo lusso, deve correre subito ai ripari e cercare di risolvere questo gravoso e annoso problema. Sono già state programmate delle manifestazioni a Roma, in Piazza Montecitorio, per mostrare i prodotti, si sta facendo di tutto per far conoscere ai cittadini italiani la verità: che il prodotto vero e buono è quello dei nostri produttori italiani, tant'è che l'altro ieri sono stati sequestrati due TIR carichi di prodotti ortofrutticoli provenienti dalla Spagna, mentre i controlli dei NAS nel nostro Paese sono stati tutti negativi. È per questo che chiedo si intervenga immediatamente.

CAPARINI (*LNP*). Condivido l'allarme sull'errato posizionamento della rete ammiraglia, che nel corso degli ultimi due anni si è trovata su una china che stava portando ad una deriva di omologazione del prodotto RAIUNO, anche dovuta ad un'errata rincorsa all'*audience* e al raggiungimento di un risultato di *share* a tutti i costi. Devo anche riconoscere che nel corso degli ultimi mesi questa rincorsa ha avuto un'inversione di tendenza. C'era una sorta di desiderio, quasi di gusto, nel racconto del patologico, delle volgarità, delle devianze, che indicava una mancanza di valori della rete che invece questi valori deve sottolineare e soprattutto portare alla loro massima espressione per la crescita culturale del Paese.

Questa audizione – come già altri colleghi hanno sottolineato – serve per capire quello che potrà e dovrà essere il servizio pubblico radiotelevisivo in vista di diversi modelli che verranno sottoposti all'attenzione della Commissione. Non c'è solo quello della privatizzazione, vi sono formule ibride tra le quali lo stesso sistema pubblico di oggi con una quota di servizio pubblico all'interno del palinsesto.

Volevo capire, prima di tutto, quali sono i programmi e il taglio che è possibile dare a RAIUNO per quanto riguarda la rappresentazione delle

diverse identità del nostro Paese. Ho sentito molti membri della Commissione far riferimento all'identità parlandone al singolare, ma secondo me le identità di questo Paese sono molte e formano la sua reale ricchezza. Soprattutto vorrei capire come è possibile coniugare queste due realtà nell'ambito di un palinsesto, che in larga parte deve comunque fare i conti con le logiche di mercato per una quota del 35 per cento del suo spazio.

Inoltre, vorrei capire quanto è possibile fare per migliorare la qualità dei programmi per i minori. Ho rivolto tale quesito anche al direttore di RAIDUE. È un tema scottante, ci sono molte segnalazioni da parte di diverse associazioni; la Commissione di vigilanza ha già dato mandato al relatore per definire un testo che vada al di là del codice di autoregolamentazione.

Inoltre, nel contratto, nella convenzione ci sono chiari riferimenti ai programmi che vanno nella direzione del sociale, dell'*handicap*: in questo senso è molto importante la posizione di RAIUNO proprio perché, al di là del telegiornale che nell'arco della giornata viene visto da oltre 20 milioni di persone, vari programmi del palinsesto di RAIUNO hanno alti *share* e quindi riescono a raggiungere persone meno fortunate e più bisognose di sostegno.

Mi sono ripromesso di non parlare di Biagi, continuerò così nella speranza di un sussulto di orgoglio del futuro Consiglio di amministrazione.

GENTILONI SILVERI (*Mar.DL-U*). Mi limito a porre tre domande abbastanza precise, alle quali mi farebbe piacere ricevere risposte altrettanto precise.

Partendo dalla considerazione che a gennaio 2001 si è registrato un andamento negativo di RAIUNO e poi un certo recupero nei mesi successivi, vorrei che lei ci desse un'idea dell'andamento di gennaio 2002 della rete e se sia vero – come alcuni sostengono – che ci sia una certa contraddizione tra il notevole successo di determinati grandi eventi televisivi (l'ultimo, ieri, «Perlasca», con il 39 per cento ma ve ne sono stati altri in questi giorni), i quali complessivamente producono un risultato positivo per la rete, e però un abbassamento del tono medio; quindi se ci sia un contrasto tra picchi che tengono insieme la media e un andamento generale che non sarebbe così positivo.

Vorrei poi sapere come risponderebbe a quello che ha scritto stamattina Albino Longhi su «La Repubblica». Dice Longhi: «Una scelta sbagliata di palinsesto ha penalizzato il TG1 che tutte le sere è costretto a rimontare un *handicap* pesantissimo». Formulo questa domanda perché francamente non mi convince l'idea – se c'è – di un servizio pubblico come una sorta di redentore dei peccati nel senso che se le cose vanno bene è grazie a Giorgio Panariello, a Sabrina Ferilli e via dicendo, se invece vanno male la colpa è del servizio pubblico; se i termini della questione sono questi, non sono d'accordo. Si è in presenza di una precisa accusa da parte del direttore del TG1 che ha indicato una scelta sbagliata

di palinsesto ed è giusto che il direttore della rete – se ha voglia di farlo in questa sede – replichi a tale accusa.

Alla luce degli interventi di alcuni colleghi della maggioranza sul caso Biagi, desidererei avere qualche chiarimento in proposito. Obiettivamente, credo sia un valore per la RAI e per la sua rete ammiraglia avere in azienda quello che è considerato il più importante giornalista italiano; lo stesso direttore Saccà qualche giorno fa a Milano ha ribadito un concetto del genere; auspicherei però maggior precisione. Mi risulta che non il contratto, che ha una durata più lunga, ma la programmazione de «Il Fatto» di Enzo Biagi andrà avanti sino a maggio prossimo.

Dal direttore Saccà (al quale auguriamo le collocazioni più varie e la possibilità di continuare ad avere voce in capitolo in questa materia) vorrei sapere se confermerebbe Enzo Biagi nella collocazione attuale. A mio giudizio, non basta riconoscere il valore professionale di tale giornalista ma bisogna anche riconoscere che oggi il suo programma, collocandosi nel palinsesto di RAIUNO in prima serata, rappresenta una ricchezza alla quale il servizio pubblico non dovrebbe rinunciare. Ad ogni modo, quello che conta è la sua opinione.

LANDOLFI (AN). Non ho ascoltato l'introduzione del direttore Saccà, me ne scuso e dispiaccio; ho dedotto però alcuni spunti dagli interventi dei colleghi: RAIUNO anima del pubblico italiano, finalizzata al recupero della memoria collettiva, RAIUNO – come sottolineava l'onorevole Merlo – autobiografia della nazione, più prosaicamente RAIUNO che dà lo stipendio a tutta la RAI, ecco perché definita «ammiraglia».

In questa definizione di servizio pubblico mi riconosco pienamente. Se questa è l'impostazione che RAIUNO ha in questo momento, si potrebbe osservare che vi è qualcosa di nuovo, anzi di antico, perché questa è effettivamente l'anima del servizio pubblico. Le tre «i» del Governo, trasportate all'interno della RAI, dovrebbero corrispondere a: insegnare, informare e intrattenere.

Il direttore Saccà ha fatto riferimento a due *fiction* storiche, «Maria José» e «Perlasca», che hanno ottenuto un lusinghiero successo di pubblico e, immagino, anche di critica, pur non avendo letto molto in tal senso. Ad ogni modo, a me sono piaciute e, ritenendo di essere uno spettatore medio, faccio mio il giudizio che si è poi manifestato sotto forma di picchi di *audience*.

Il problema è: ce la faremo a continuare su questa strada? Anche dagli interventi che abbiamo ascoltato in quest'Aula emergono due diverse concezioni del servizio pubblico: c'è chi vuole un servizio pubblico competitivo con le emittenti private, chi invece – tra cui io – immagina vi debba essere una sorta di complementarità, d'integrazione virtuosa tra il servizio pubblico, l'informazione e la TV commerciale, che sono due aspetti diversi che però si toccano, in qualche modo intrecciandosi, ma che debbono avere raggi di azione differenti. Ecco perché rispetto alla questione affacciata dal senatore Falomi del pluralismo, come lei ben sa, sono state condotte battaglie anche in quest'Aula.

Mi sembra strano che ci si trovi oggi, a parti invertite, a sostenere le stesse cose. Oggi il senatore Falomi lamenta, bilancino alla mano, presenze più o meno scarse dell'opposizione, analogamente a quello che noi facevamo, da quest'ultimo criticati, l'anno scorso. Bisogna uscire da questa logica perché non si può, in base alle differenti vicende politiche, fare o dire tutto e il contrario di tutto. Che cos'è il pluralismo? Un ordine interno che riflette un assetto esterno: questa potrebbe essere una definizione.

Assicurare il pluralismo: il problema non è se il giornalista Enzo Biagi continuerà a condurre il suo programma; non possiamo definire noi il palinsesto della RAI, che sarà deciso autonomamente dall'azienda. Vi è però la necessità di avere tre o quattro giornalisti come Biagi per allargare un'offerta nella quale deve essere presente un Biagi corrosivo nei confronti del Governo e qualche altro giornalista altrettanto corrosivo nei confronti dell'opposizione. Deve esservi una ricchezza di offerta e la possibilità di avere un ordine interno che rispecchia un assetto esterno. Sulla conferma del contratto con Biagi perché è Biagi siamo tutti d'accordo ma non è un argomento del quale oggi si può parlare perché non ci compete entrare nella gestione e nel palinsesto della RAI.

Sono d'accordo con il senatore Falomi sulla presenza dei politici nei programmi d'intrattenimento. Ho sollevato tale questione da Presidente della Commissione non perché fossi all'opposizione ma perché ritenevo e ritengo giusta quella posizione che oggi ribadisco. La presenza dei politici nei programmi di intrattenimento deve servire al servizio pubblico; se si deve introdurre l'euro è giusto che il Ministro delle finanze spieghi ai cittadini, attraverso la televisione, il suo utilizzo; se l'Italia manda i suoi soldati a Kabul è giusto che il Ministro della difesa partecipi ai programmi di massimo ascolto per darne spiegazione; altri casi non esistono, non sono giustificabili e giustificati. Non è necessario che i Ministri partecipino ai programmi di massimo ascolto per parlare di sé, non importa a nessuno e non credo che in termini di tenuta dell'*audience* possa essere utile. Se questo è un motivo che può generare dubbi circa la tenuta pluralistica della rete, direttore, mi associo e la invito a vigilare sulla presenza di politici e di Ministri che non hanno nulla da dire se non raccontare se stessi nei programmi di massimo ascolto.

Non avrei altro da aggiungere se non rimarcare la necessità di un servizio pubblico che deve e può essere complementare con la TV commerciale, la TV privata. La competizione può diventare omologazione, è una strada già percorsa. Fare la guerra alla TV commerciale significa assumere i connotati di tale TV e questa è la strada che ha portato a quell'impoverimento di offerta e a quei dati negativi che ora siamo tutti costretti a constatare. Se oggi la TV pubblica, attraverso la rete ammiraglia, cerca di elevare la propria offerta e di realizzare un'operazione di tipo culturale e di recupero della memoria collettiva, facendo i conti con la propria storia e producendo la *fiction* finalizzata a questi temi fondamentali per tutti - al di là di schieramenti politici di destra e di sinistra - è un'opera meritoria di cui bisogna dare atto a chi la propone e la pone in essere.

Ecco perché richiamo l'attenzione sul concetto di competizione. La competizione va bene se fatta entro certi limiti e, soprattutto, se è finalizzata ad accentuare il carattere di servizio pubblico; se deve essere invece una competizione interamente basata sull'*audience*, si distrugge il servizio pubblico per inseguire la TV commerciale adeguandoci al suo stesso modello, e di questo non sentiamo certamente il bisogno.

GIANNI (*CCD-CDU*). Solo qualche battuta, perché devo completare l'approfondimento dei temi. Concordo con quello che ha detto l'onorevole Carra in ordine alla *fiction* «Perlasca» e mi associo al senatore Minardo nel chiedere al direttore Saccà un intervento urgente, perché il danno che ha prodotto quella trasmissione è assolutamente incontenibile, affinché venga fatta obiettivamente giustizia e la verità sia riportata nelle case delle persone, magari utilizzando qualche trasmissione in più di quanto pensava il dottor Vespa, che pure ha perso moltissimo.

PRESIDENTE. Anch'io, direttore Saccà, ho da porle qualche quesito. Il primo riguarda la trasmissione «Quiz Show»: lei ci ha detto che il problema di eliminare dal palinsesto il programma si è posto da tempo per considerazioni di carattere qualitativo, perché ad un certo punto avete temuto che questa presenza – che sulla base di quanto lei ha riferito diventava addirittura caratterizzante la rete – potesse danneggiare l'immagine complessiva di RAIUNO e addirittura – secondo i dati a cui lei ha fatto riferimento – ci sarebbe già stata una sorta di discesa dell'*audience*. Questo è un problema abbastanza importante.

Colleghi, io faccio sempre domande di carattere strutturale, perché – come ha ricordato l'onorevole Landolfi – i poteri e le responsabilità di questa Commissione non intervengono nella programmazione. Noi possiamo considerare – ma naturalmente ognuno può dire quello che vuole – gli aspetti delle strutture ed è a questi che mi rivolgo.

Sono uscite notizie e abbiamo ricevuto informazioni, io stesso ho incontrato, a causa delle difficoltà che sono state denunciate sulla stampa, sia il direttore che il comitato di redazione del TG1. Mi sono stati forniti elementi, peraltro anche documentati, secondo cui la decisione di togliere la trasmissione «Quiz Show» dal palinsesto è dovuta a determinazioni di bilancio, che hanno ridotto di circa 70 miliardi le disponibilità per la rete, dal momento che questa trasmissione costava 22 miliardi. Questa è un altro tipo di argomentazione.

Conosciamo la storia di «Quiz Show», oggetto di una contesa molto aspra e perfino di una polemica con il concorrente privato – a proposito di concorrenza – per la tipologia di *format*, risolta con un esborso particolarmente alto di risorse, circa 22 miliardi. Allora, vorrei sapere bene quali sono i motivi di questa decisione e anche chi l'ha presa, perché effettivamente un esborso così alto per acquisire una trasmissione di cui poi si conclude che bisogna liberarsi altrimenti provocherebbe una lesione all'immagine della rete è un errore di primaria grandezza. La mia domanda, che come vede è di carattere strutturale. In quale sede si prende questo

genere di decisioni? Sicuramente parteciperà il direttore di rete (non so chi fosse allora), ma, data la consistenza della spesa, credo vi sia anche la supervisione o la corresponsabilità del direttore generale e il coinvolgimento del Consiglio di amministrazione. Le sarei grato – ripeto – se ci dicesse in generale in che misura avviene questo concorso di responsabilità e quale esso è stato nel caso di questa trasmissione.

Passando ad altro quesito, le sarei grato se ci fornisse almeno alcuni elementi per quanto riguarda le produzioni di cui si serve RAIUNO, sia dal punto di vista quantitativo, vale a dire quant'è sul totale del tempo di trasmissione l'incidenza delle produzioni interne o che RAIUNO acquisisce dall'esterno, sia dal punto di vista qualitativo, vale a dire in che misura – se c'è una misura – a RAIUNO vengono avanzate delle offerte «chiavi in mano».

La terza domanda riguarda il TG1. Non voglio entrare nella questione traino o non traino, anche se una riflessione di carattere culturale andrebbe fatta. Tutti ci rendiamo conto – dico qui la stessa cosa che ho detto al direttore e al comitato di redazione del TG1 – dell'importanza di un grande telegiornale di RAIUNO, da tutti i punti di vista. Da questa vicenda, però, risulta evidente che una quota marginale, ma non irrilevante, dell'*audience* di una produzione televisiva non dipende dalla qualità giornalistica e informativa della stessa, ma da altri fattori che attengono a decisioni che sono al di fuori dello stesso potere decisionale della testata giornalistica e che riguardano la vita di una rete. Ora, possiamo pensare qualsiasi cosa del TG1, però quando c'è una caduta di *audience* legata soltanto al cambiamento della trasmissione che viene prima senza che siano cambiati il direttore, i giornalisti, la struttura del telegiornale e così via, è evidente – e poi ci sono i numeri – che il fatto è legato a quella decisione. Le chiedo, allora, in che misura, nella strategia che si propone e che comunque considera giusta per RAIUNO, quella del lavorare per sostenere, il sostegno del TG1 è da considerarsi fattore strategico nella vita della rete. Questa è una domanda sulla quale insisto.

Infine, prima di giungere alla questione più generale, tutti vorremmo capire se esiste un rapporto tra la direzione di RAIUNO e i principali programmi trasmessi dalla rete; in caso affermativo, in che termini tale rapporto è impostato. Prendendo ad esempio uno dei programmi più importanti, quale è, ad esempio, «Porta a Porta», in che termini vi è uno scambio di programmazione, di informazione e di contenuti?

Un'ultima domanda sulla TV generalista e il servizio pubblico. Con i colleghi affronteremo un dibattito per tirare qualche conclusione dopo aver ascoltato il terzo direttore di rete. Lei oggi ha insistito sull'aspetto della TV generalista; mi limito a questa definizione senza entrare in ulteriori specificazioni che pure nella discussione di oggi sono emerse. Vi è stato chi ha insistito su una funzione di costituzione dello spirito civile del Paese, chi invece su un orientamento di carattere piuttosto pedagogico; preferisco comunque tralasciare questo aspetto giacché ognuno ha le sue preferenze.

TV generalista sta ad indicare un'offerta rivolta ad un pubblico molto ampio, universale, che misura la sua validità sulla diffusione; una TV generalista vista da pochi - a parte la concorrenza - entra in contraddizione con la sua stessa propensione; una TV generalista, quindi, raccoglie un consenso abbastanza diffuso e si incontra con un senso comune in modo abbastanza accettabile.

Pur non avendo la Commissione poteri legislativi, ognuno di noi li esercita altrove, pertanto ritengo opportuna una valutazione in termini aziendali. Mi viene da collegare quanto da lei indicato con le considerazioni espresse dal direttore Freccero, trattandosi di due posizioni complementari che si integrano e chiariscono. Il servizio pubblico trova la sua traduzione più convincente nella TV generalista e, quindi, in una rete - come lei ha sostenuto - tipo RAIUNO. La domanda di carattere strutturale che mi viene da rivolgere è la seguente: una rete di questo tipo può vivere da sola o ha bisogno di integrazioni e di accompagnamenti diversi? Il direttore Freccero ha posto in risalto - facendo alcuni esempi - la programmazione di tipo sperimentale (non si è espresso in questi termini ma lo faccio io ora) da parte di rete due che, quando dà luogo a produzioni che hanno una caratteristica generalista, viene trasferita su rete Uno.

D'altro canto, il servizio pubblico non può preoccuparsi solo del senso comune medio, per legge deve guardare più ampiamente - i colleghi lo hanno ricordato - alla realtà cui si rivolge. Al di là della sperimentazione, penso a quella che fu originariamente la rete tre diretta da Guglielmi. Ebbene, come esperienza complementare alla rete generalista potrebbe addirittura diventare indispensabile una rete che rivolga la sua attenzione ad aspetti marginali e persino estremi della domanda? Le rivolgo questa domanda proprio in quanto maggiore esperto e sostenitore, comprensibilmente, di una visione del servizio pubblico affidata alla TV generalista. In sintesi, la TV generalista, per essere tale, può esistere da sola o ha bisogno di qualche altra cosa? Dalla risposta che sarà data a questa domanda sarà possibile configurare il tipo di azienda di servizio pubblico, giacché, come appare evidente, l'articolazione sarebbe necessariamente diversa.

SACCÀ. Parto per la replica dall'ultima domanda del Presidente. Certamente una rete generalista è quello che lei ha descritto, in altre parole una rete nazional-popolare, che sappia parlare alla gente massimizzando gli ascolti; una rete che si rivolga a tutti perché la massimizzazione degli ascolti è il linguaggio di una rete generalista. Quando mi chiedono qual è il linguaggio della TV generalista rispondo: la massimizzazione degli ascolti. Vi è poi una serie di sottolinguaggi per ottenere la massimizzazione degli ascolti perché la TV è un mezzo universale che va da punto a massa e il suo obiettivo è raccogliere più ascolto possibile; il problema poi è il modo, lo stile e la classe con cui si prende l'ascolto. È indubbio però che il linguaggio della TV generalista è la massimizzazione dell'ascolto. È chiaro che una TV generalista di servizio pubblico commerciale - e RAIUNO è tale - ha assolutamente necessità di una rete o di una

realtà (non necessariamente di una rete, anche se poi quest'ultima serve per sperimentare con il pubblico), di una direzione di ricerca e di sviluppo per sperimentare e ricercare nuovi formati e nuovi linguaggi che poi, sperimentati positivamente sulla rete più debole rispetto all'ascolto (debole perché ha questa vocazione) possono essere trasmessi sulla rete principale.

Questo dovrebbe fare un'azienda ben ordinata; questo è quello che avviene nei *network* multirete. In RAI, purtroppo, nessuna rete fa sperimentazione, tant'è vero che RAIUNO ha dovuto farla da sola. Infatti, a Milano abbiamo creato una fabbrica per raccontare l'attualità attraverso la *fiction*, con l'aiuto di un nostro capo redattore *in loco* che ha rivelato un'attitudine geniale al racconto per immagini. Ad esempio, «I Racconti di quarto Oggiaro» e «Atlantis» sono stati trasmessi su RAIUNO perché le altre reti li ritenevano prodotti di nicchia; poi «Atlantis» ha registrato un ascolto del 20 per cento. Ora i nuovi prodotti realizzati da questa *factory* - creata a Milano per lavorare contaminando il linguaggio della *fiction* e quello delle storie prese dall'attualità e raccontate quasi in tempo reale - andranno in onda su RAITRE.

Analogamente RAIUNO ha deciso, per non comprarli, di sperimentare formati di prima serata in estate. Al posto del varietà estivo si è deciso di spendere 600 milioni a puntata per sperimentare formati di vari testi; da queste sperimentazioni sono venuti fuori dei prodotti che sono poi andati o stanno per andare in onda, in prima serata, su RAIUNO; uno di questi prodotti è stato trasmesso anche su RAITRE in prima serata.

RAIDUE, purtroppo per me, non ha fatto sperimentazione. È vero sono passati dei prodotti da RAIDUE a RAIUNO, ma erano prodotti più che maturi. Per esempio, «La vita in diretta» è passata tre anni fa su RAIUNO proprio per coprire la fascia oraria dedicata ai bambini dove RAIUNO aveva dei problemi, spostando in modo più opportuno i programmi per i bambini su RAITRE, così come aveva fatto Mediaset parecchi anni prima spostando «Bim Bum Bam» da Canale 5 ad Italia 1. Allora, RAIUNO aveva necessità di coprire quello spazio, RAIDUE era giusto che sperimentasse formati nuovi e quindi quel formato maturo è passato interamente a Raiuno con una operazione di sinergia aziendale. Ma - ripeto - erano prodotti non di nicchia ma già maturi per una rete ultrageneralista.

Uno dei problemi della RAI è che, da quando con le divisioni è stato eliminato nel *marketing* strategico il controllo vincolante sulla offerta complessiva dell'azienda, non c'è una coerenza editoriale molto forte tra le tre reti, che - per così dire - si «cannibalizzano». RAIUNO è sistematicamente controprogrammata per due o tre volte a settimana da RAIDUE, quindi - rimanendo sul piano della metafora - non è l'ammiraglia in formazione con il cacciatorpediniere e l'incrociatore, ma l'ammiraglia che a un certo punto viene colpita dal fuoco amico. La stessa cosa capita molto spesso anche con RAITRE, che quando manda in onda Pippo Baudo il lunedì, che è un programma maturo nato per RAIUNO, è chiaro che toglie 3-4 punti ai film di RAIUNO. Questo comporta un danno enorme, perché l'azienda investe centinaia e centinaia di miliardi sui

film e ogni punto in meno sono 100, 200 o 300 miliardi che l'azienda non riesce ad ottimizzare; senza considerare poi la caduta degli introiti pubblicitari.

La responsabilità di una simile situazione non è da ascrivere a qualcuno in particolare, se non al sistema che è stato messo in piedi, che ha provocato preoccupanti conflitti o contrasti nell'offerta delle reti e nella politica dell'acquisto cinema. Non mi riferisco ovviamente all'acquisto cinema dell'ultimo anno, da quando – per intenderci – c'è RAI Cinema che è un acquisto virtuoso. Quando dico «virtuoso» mi riferisco sempre alle politiche editoriali e non ad altri temi che assolutamente esulano dalle mie valutazioni. Da un anno lì stiamo conducendo una politica virtuosa: abbiamo tanti soldi da spendere, l'obiettivo è trovare prima i film per RAIUNO, perché è da questa rete che ci viene il 60 per cento, forse più, delle risorse, compreso il canone, che la gente paga più volentieri se poi trova un film bello su RAIUNO, i programmi con la Ferilli o Pannariello, oppure un TG1 «forte». Per anni, però, c'è stata una politica di acquisto che non teneva conto delle coerenze editoriali, che alla fine ha portato al risultato indicato dall'onorevole Butti, cioè che RAIDUE nel 2001 ha avuto un costo cinema in palinsesto – questi sono i dati di bilancio, che sono pubblici – di 245 miliardi e RAIUNO solo di 120 miliardi. Ripeto, la colpa non è di nessuno, se non di una politica di acquisti che rastrellava sul mercato tutto quello che poteva e quando, poi, si andava a fare la classificazione editoriale ci si trovava con prodotti che avevano un ascolto inferiore a quello che serviva per RAIUNO e quindi necessariamente, una volta pagati, dovevano andare in onda in modo coerente sulle altre reti.

PRESIDENTE. Da quello che lei dice, questa situazione non è da mettere in capo alla responsabilità di chi dirige RAIDUE.

SACCÀ. Ho detto che ci sono stati dei meccanismi neutrali per cui non si è comprato secondo logiche editoriali stringenti. Questo è uno dei motivi fondamentali per cui RAIUNO ha perso la *leadership*, che penso riconquisterà questa settimana (ieri sera ha superato gli ascolti di gennaio dell'anno passato in *prime time*).

Anche nella distribuzione della *fiction* da mettere in onda non è stato osservato un criterio editoriale, ma criteri meno contabili, quasi da anagrafe: me lo ha chiesto lui e quindi lo manda in onda lui. E questo magari riferito ad un prodotto che poi si rivela ultrageneralista: penso a Montalbano, un prodotto che era nato per RAIUNO e che solo Celli, con un atto autoritativo, ha spostato su RAIDUE; ma questi sono *interna corporis*. Poiché era un prodotto generalista, se su RAIDUE faceva il 27-28 per cento su RAIUNO forse poteva raggiungere il 33-34 per cento, si sarebbe pagato con la raccolta pubblicitaria. Si è chiesto di portare il programma su RAIUNO ma non è stato possibile, pur in presenza di questo privilegio di RAIDUE. Non c'entrano i direttori di rete ma dei meccanismi ...

PRESIDENTE. Ma perché non è stato possibile?

SACCÀ. In questo caso perché RAIDUE ovviamente fa resistenza e il direttore generale non si sente di fare una cosa ovvia per l'azienda.

La questione è ancor più evidente alla luce della distribuzione iniqua dei film. RAIUNO ha scritto decine di lettere chiedendo un correttivo sulla *fiction*: dal momento che RAIDUE gode di una situazione per cui sul mercato si trovano film più per RAIDUE e RAITRE che per RAIUNO, spostiamo la *fiction* prevalentemente su RAIUNO, e avevamo indicato una serie di titoli.

Se avessimo potuto contare film forti, ma soprattutto se non avessimo avuto quei film contro di noi (perché non è il non avere quei film, ma averli sull'incrociatore contro l'ammiraglia, quindi un danno doppio), il programma di Pippo Baudo in quella collocazione, dei profili procedurali per quello che riguardava le relazioni tra *corporate*, divisioni editoriali, divisione produttiva e reti che hanno creato difficoltà specialmente nel periodo tra giugno 2000 e marzo-aprile 2001 quando la divisione era guidata senza rispetto per le autonomie editoriali delle reti, forse la situazione sarebbe diversa. Questo però non è avvenuto, creando i problemi di *leadership* e mettendo in crisi RAIUNO. Voglio dirlo anche ad onore di Beretta, che ha portato la responsabilità di qualcosa che si trovava addosso e di cui non era responsabile.

Certamente è difficile, anzi, è quasi impossibile, concepire una grande rete commerciale di servizio pubblico che non abbia accanto un'altra rete, perché significa mandarla allo sbaraglio: ne ha bisogno sia sul piano della politica dell'offerta (quindi distribuire in qualche modo i colpi da sparare sul «nemico»), che delle politiche di acquisto, di produzione di sperimentazione, e così via. Non intendo dire che tale assetto sia il migliore; in questo modo rispondo anche alla domanda sulla privatizzazione. Da *manager* della comunicazione e del mercato ma anche da cittadino che vive e lavora sull'offerta generalista, ritengo che perdere la ricchezza, che i Paesi democratici europei hanno con i servizi pubblici generalisti così radicati nella memoria, nella storia e nelle vicende della o delle comunità, rappresenti un rischio per l'identità del Paese.

So quanto sia importante la comunicazione fatta in maniera accurata, intelligente, attenta ai particolari, con consapevolezza delle esigenze vere del Paese; chiaramente non parlo di cultura accademica ma di cultura popolare, che significa fare grande cultura. Sarebbe un problema serio per il Paese se le logiche commerciali dovessero prevalere sull'aspetto di servizio, uno strumento così importante di tutela, di sviluppo delle identità (non si tratta soltanto di conservazione) e di capacità di contrastare stili di vita che arrivano da altre culture che non ci appartengono. È mio dovere fare questa segnalazione al Parlamento che mi interroga su questo punto.

Viste da uno che vive ormai da parecchi decenni la comunicazione dall'interno le privatizzazioni rappresentano un falso problema proprio rispetto al merito, perché il mercato è modesto (30 milioni al massimo di

utenti) e non riesce a sostenersi in maniera seria senza l'integrazione del canone; ciò significa un enorme danno per il sistema Paese.

Rispondo quindi alla domanda dell'onorevole Landolfi: complementarietà no, almeno per quello che mi riguarda. Certamente una visione strategica del sistema Paese è necessaria ma non solo con Mediaset, anche con altri soggetti, pure telefonici. È chiaro che se il sistema Italia è scarso per risorse, con un'eventuale diminuzione del canone disporrebbe di risorse ancor più scarse come sistema che compete con gli altri sistemi sull'offerta anche di messa in onda. RAIUNO infatti si vede in tutto il mondo, anche in un grande albergo del Burundi, non solo attraverso Rai International ma anche tramite tutti i *cable*, i *bouquet* del mondo e questo è importante.

Questo tipo di RAIUNO sarebbe un'altra cosa se fosse solo commerciale. Obiettivamente RAIUNO non potrebbe finanziarsi esclusivamente sul mercato della pubblicità; è quasi autonoma, Presidente, quasi tutte le risorse arrivano dal canone, dal mercato. C'è però il resto: il canone finanzia anche i centri di produzione, la ricerca, lo sviluppo che, in qualche modo, arrivano a RAIUNO; quindi, è difficile separare quello che fa il canone da quello che fa la pubblicità. In un mercato così piccolo, che è in guerra (ed è giusto che vi sia una competizione dura nel mercato nazionale) con risorse scarse, quando i nostri *competitor*, nella distribuzione ma soprattutto nella produzione dei *format*, hanno le dimensioni di imprese che dispongono di decine di miliardi, a mio giudizio sarebbe necessaria non la complementarietà ma una visione di sistema (la cui definizione spetta forse al legislatore) su alcuni terreni che riguardano la presenza del nostro Paese, della nostra cultura, dei nostri stili di vita nel mondo.

Si tratta di un problema reale tanto più alla luce del processo di globalizzazione che sta andando avanti e che può trasformarsi in un enorme veicolo di presenza dell'identità dell'Italia, della nostra cultura, dei nostri stili di vita e quindi anche delle nostre merci, ma può anche essere una condanna definitiva se saremo invasi dai prodotti audiovisivi stranieri e non riusciremo a trovare il modo, il linguaggio per parlare. Mi sono dilungato molto su questo punto ma credo di avere, in questo modo, risposto a più domande contemporaneamente.

TG1 e «Quiz show»: quando e come si è deciso. Al momento della decisione non ero più a Raiuno ma ero direttore del *marketing* strategico e, nella mia funzione, mi opposi strenuamente, ma senza risultati, alla chiusura del programma «In bocca al lupo». Avevamo un *format* che andava bene, che aveva avuto un cedimento perché al programma di Conti era succeduto quello di Amadeus ma che comunque, nei due anni precedenti, aveva registrato il 30 per cento di ascolto, con un traino strepitoso per il TG1. I problemi con l'allora direttore erano collegati non tanto alla quantità di ascolto che era elevata (30-31 per cento), ma al fatto che il TG5 aveva due traini: uno in testa e l'altro in coda. Fu allora presa la decisione (mi risulta peraltro che anche Beretta, direttore di rete, era contrario alla divisione), con il consenso della direzione generale, di smantellare

un programma che andava bene (aveva il 24-25 per cento di ascolto e sicuramente sarebbe cresciuto) per fare «Quiz show». Il contratto, che era molto costoso, fu quindi approvato dal Consiglio di amministrazione che si trovava in una condizione di angoscia editoriale. Capisco quella posizione: al «Grande fratello» che incalzava e andava in onda, si aggiungeva il «Miliardario» e si preconizzavano sfraceli. Immagino che il Consiglio di amministrazione, messo davanti a questa situazione, abbia ragionato (anch'io avrei fatto lo stesso al loro posto) nei seguenti termini: o si contrasta il «Miliardario» che ha registrato il 30 per cento di ascolto con un prodotto omologo per stopparlo oppure, in caso contrario, si rischia di devastare il nostro programma preserale che si attesta al 24-25 per cento di ascolto; fu dunque approvato quel contratto molto costoso.

Vengo quindi all'altro aspetto concernente «Quiz show». L'orientamento dell'azienda (con ciò intendendo il direttore del *marketing* strategico, il direttore della divisione, che non era più Brugola, il direttore facente funzioni e il direttore di RAIUNO) a sostituire «Quiz show» fu preso perché, quando si videro i dati, si capì che si era in presenza di un problema serio. È stato fatto un errore sostituendo completamente «Quiz show», bisognava limitarsi a trasmettere quel programma per il mese di contrasto del «Miliardario» e mantenere poi in piedi «In bocca al lupo». Come ricorderete, visto che furono oggetto di attenzione da parte dei giornali, la scenografia, gli studi, i lavoratori, gli autori, le ballerine, furono tutti mandati dall'oggi al domani a casa. Notte tempo fu demolita e poi non cercata come sarebbe stato opportuno; doveva esserci la *damnum memoriae*.

In molti di noi suscitò sospetti e soprattutto preoccupazioni di tipo editoriale; ci domandavamo se dovevamo continuare ad andare avanti con «Quiz show» mentre gli altri smettevano di trasmettere il «Miliardario», se dovevamo fare il *quiz* duro, *hard* per tutto l'anno mentre loro tornavano al *game show* dolce un po' varietà. Per ragioni inizialmente strutturali, attinenti all'immagine, e poi, in agosto, anche budgetarie, occasionali ma stringenti, decidemmo di fare di necessità virtù e con quella operazione risparmiammo più di 15 miliardi.

E arrivo al TG1 e agli ascolti. È una risposta ad Albino Longhi verso cui ho stima, ammirazione e amicizia, che so essere da lui ricambiate. Siamo andati sempre d'accordo su tutto. Avevo parlato con Albino Longhi di questa sostituzione e ci sembrò la cosa giusta da fare anche per il TG1, perché, anticipando il TG1 delle ore 18 alle ore 17, con i *flash* di 8 minuti, avevamo già sperimentato l'effetto virtuoso che «La vita in diretta» aveva avuto non solo sul telegiornale ma anche su «Oggi al Parlamento».

«Oggi al Parlamento» e il telegiornale, collocati al di fuori di questa fascia di presenza virtuosa di pubblico generalista, erano rispettivamente al 9 e all'8 per cento di ascolto, mentre con quella soluzione sono passati rispettivamente al 33-34 per cento e al 32 per cento. «Oggi al Parlamento» è una delle trasmissioni più seguite di RAIUNO e questo vuol dire che in qualche modo il contesto influisce. Discutemmo con il direttore Albino Longhi sull'eventuale effetto positivo delle *soft news* sulle *news* e pen-

sammo che in quel modo l'operazione potesse essere fatta senza troppa preoccupazione. Il direttore del TG1 era avvertito. Del resto, in qualunque azienda una operazione di questo tipo non si potrebbe fare se non vengono informati e senza l'accordo del direttore generale e del Consiglio di amministrazione; aggiungo anche in questa operazione la logica del risparmio si aggiungeva all'altra logica.

Quanto al TG1 bisogna fare veramente chiarezza dentro l'azienda, perché altrimenti la situazione rimane ambigua e scivolosa; ma ci sono tutti gli elementi per far chiarezza. Intanto «Quiz show» nel primo mese faceva meno ascolto di quanto sta facendo adesso «La vita in diretta». È vero che nell'ultimo segmento di tre-quattro minuti «Quiz show» faceva di più anche nel primo mese, ma è vero anche che l'analisi dei *target* ci dice che per ragioni ovvie «La vita in diretta» trasferisce una maggiore percentuale del suo pubblico di «Quiz show», perché è chiaro che il pubblico che seleziona «La vita in diretta» vede volentieri il telegiornale, mentre il pubblico che selezionava «Quiz show» in parte (circa il 10 per cento) se ne andava. Quindi, «La vita in diretta» porta un 10 per cento in più di pubblico rispetto a «Quiz show». La situazione sta cambiando rapidamente, ma è necessario avere tempo e tranquillità per lavorare. Per esempio, ieri sera il TG1 ha vinto sul TG5, «La vita in diretta» ha avuto il 24 per cento di ascolto ed è arrivato al 26 per cento negli ultimi cinque minuti. Questa situazione si è ripetuta anche venerdì. Allora, non vorrei che si continuasse a parlare di una crisi del TG1 annunciata da tempo, perché il TG1 quest'anno non ha perso su sé stesso e anche raffrontando gennaio 2001 con gennaio 2002 ha avuto lo stesso ascolto: il fatto è che il TG5 è cresciuto di 4,5 punti. Questo è il dato, che non è riferito solo a questo mese ma all'anno: nell'anno 2001 il TG5 ha avuto 4 punti in più dell'anno 2000 mentre il TG1 ha ripetuto la sua *performance*; c'era «Quiz show», ma il TG1 ha perso rispetto al TG5 a settembre, ottobre e novembre, una infinità di volte anche in presenza di un traino al 32 per cento.

Ma c'è un altro dato - noi andiamo a vedere sempre il pelo nell'uovo per tentare di capire - che è l'indice ridotto di fascino del TG1. E' una realtà non di oggi. Albino Longhi ha fatto un'operazione che lo ha tirato su: il TG1 ha cambiato quattro direttori in quattro anni; circa sei anni fa, quando direttore era Rossella, aveva il 38 per cento di ascolto con un traino scarso; quando era guidato dall'attuale direttore de «La Stampa», Sorgi, con un traino inesistente da parte di «Uno contro tutti», il risultato era del 33 per cento (e si diceva a Sorgi che faceva male perché il punto di riferimento era il 38 per cento). Quindi, è una crisi che viene da lontano, che può darsi che questo cambiamento abbia accelerato. Io non ho la prova del contrario, ma ritengo di no vista anche la quantità di pubblico e non solo lo *share* che trasferisce; ma una conferma viene dal fatto che tutti i giorni è così: quando alle 19.51 e 26 secondi «La vita in diretta» stacca che sta al 23,6 per cento e passa la linea per la presentazione del TG1 il 3 per cento del pubblico scappa e succede tutti i giorni, quindi non c'è traino, si perde il traino; quando c'è la presentazione del TG5,

alle 19.47 e 44 secondi, il minuto che precede è al 24.73 per cento e il minuto che segue è al 28 per cento: questo si chiama fascino del TG5, il che vuol dire meno fascino del TG1. In tutta questa polemica sono stato zitto, perché non intendevo polemizzare con il TG1, non mi interessa, perché lavoro insieme al TG1. Visto, però, che siamo in una sede parlamentare in cui le cose vanno dette con chiarezza, questo è il dato da cui partire, che i colleghi del TG1 conoscono; sanno da tempo che questo evento sarebbe arrivato, perché è da due anni che il TG5 continua a crescere e l'azienda non fa nulla: si trattava di investire più risorse, di cambiare, ma l'allarme non è suonato. Allora, è troppo comodo dire che è colpa del traino, si è trovato il capro espiatorio per una crisi che in buona parte è tutta interna, che viene da molto lontano e che i dati certificano.

Per quanto riguarda le produzioni, l'azienda, non solo RAIUNO, lavora con tanti gruppi (poi preciserò come lavora RAIUNO): tra i più grossi ricordo il gruppo Ballandi, il gruppo Endemol, il gruppo Pilsen, eccetera. Il *trend* di esternalizzare alcune produzioni specialmente di varietà è diffuso in tutto il mondo; per quello che riguarda RAIUNO però non esistono prodotti chiavi in mano. RAIUNO ha inviato una lettera al «Corriere» per dimostrare che non era vero quanto Grasso aveva rilevato circa la mortificazione dei centri di produzione. Allora tutti i programmi erano di Ballandi, ora la regia, i costumi, la scenografia, le riprese, la postproduzione, il sonoro (che è importantissimo) è tutto RAI. Ballandi – ed è lì la sua forza – ha le esclusive di alcuni grandi artisti (Celentano, Mina, Dalla, ora Ferilli, Panariello, e via dicendo). Bisognerebbe domandarsi perché la Rai non prende queste esclusive; io le ho chieste più volte. Comunque, Ballandi, in questo caso, cura tutta la parte sopra le linea, quella musicale, dei complessi arrivano, degli artisti e la scrittura insieme a noi, a costi assolutamente di mercato. Non è la rete ma la divisione a stabilire i costi, la rete dà però l'orientamento budgetario. Posso assicurare che in questi sei mesi i costi della Ballandi, anche per ragioni generali, sono notevolmente diminuiti. Per il contratto con la Ferilli abbiamo risparmiato un miliardo e mezzo rispetto alla cifra originariamente stanziata dalla rete, con un'azione sinergica fatta dalla divisione. Ho introdotto all'interno della rete un controllo anche sui costi dei centri piccoli e ciò sta producendo risultati virtuosi perché non ci sono gli sprechi dovuti a sciatteria, immagino. Credo di aver risposto a molteplici domande.

Per quanto riguarda «La vecchia fattoria», mi sono stati segnalati dalla struttura con una lettera e dal direttore del centro di produzione di Napoli alcuni profili discutibili di quella produzione; ho dunque preferito rimandarla all'estate per approfondire tali profili; sarei venuto meno ai miei doveri andando avanti in presenza di segnalazioni.

Per quanto riguarda «Porta a Porta» interverrò su Vespa.

PRESIDENTE. Non esageriamo!

SACCÀ. Non solo su Vespa, ma farò in modo che anche «Uno mattina» e le altre trasmissioni di rete, ad esempio «La prova del cuoco»

diano messaggi di verità, che sicuramente esistono, nel caso specifico quella documentata.

In risposta alla domanda dell'onorevole Butti sul perché RAIUNO ha perso la *leadership*, mi sembra di aver risposto abbondantemente.

Vi è poi la domanda del senatore Pessina su Biagi. Ebbene, Biagi conclude a metà aprile le 70 puntate previste dal contratto; si tratterà di discutere il nuovo contratto che però scade a settembre, mese entro il quale bisognerà rinnovarlo o meno. La Rete ha il problema – parlo con onestà intellettuale – di fare la concorrenza – che ora non sta facendo – a «Striscia la notizia».

Si tratta di un problema che esiste da sempre; ci siamo illusi di riuscire a fare la concorrenza dividendo l'offerta in uno spazio di mezz'ora e quindi abbiamo sperimentato molti formati: Biagi fisso, prima lo sport, poi Biagi, poi le pubblicità, sport, pubblicità, Biagi, pubblicità; quindi abbiamo tolto lo sport, Biagi, pubblicità, Biagi, un altro *format* con i bambini presentato da Conti, che aveva dato risultati buoni in quella fascia ma aveva la necessità di espandersi nella prima parte in cui il programma di Biagi non è coperto da «Striscia la notizia» per catturare pubblico. Il problema è che nei primi sette minuti si è smarcati da «Striscia la notizia», quindi ci vorrebbe un programma della durata di almeno 18-20 minuti che includa la pubblicità, che parta smarcato da «Striscia» per poi essere interrotto dalla pubblicità e andare contro «Striscia» non solo con il fascino della sua forza ma anche con il fatto che, se è forte, ha fidelizzato pubblico nell'arco di tempo in cui non è ancora in corso «Striscia». Questo è un problema in discussione nella rete dell'azienda, tant'è vero che ho predisposto un piano editoriale al riguardo. Si pone inoltre un altro problema – di cui l'azienda da tempo conosce l'esistenza – ossia quello di compattare l'offerta tra le ore 20,30 e le 21, facendo una controprogrammazione forte da opporre a «Striscia la notizia». Biagi ieri ha riportato il 25 per cento di ascolto; la media del suo programma si aggira intorno al 21,5 per cento; ha perso ascolto rispetto all'anno scorso di tre-quattro punti perché il TG5 – che va contro il programma «Il Fatto» perché ha allungato la sua durata – gli erode pubblico. È quindi, necessaria un'offerta alternativa.

L'offerta basata su una guerra di informazione contro informazione premia Canale 5 il cui telegiornale ora termina alle ore 20,38 e non più alle 20,32 come l'anno scorso. Hanno prolungato il telegiornale anche perché questa scelta rende in termini di *share* complessivo lo 0,20-0,25 per cento in più. Dunque, la vittoria del TG5 spesso è truccata e forse i colleghi del TG1 dovrebbero dirlo, invece di prendersela. Se si procede ad un'attenta osservazione si può rilevare che quella vittoria risulta truccata perché il TG1 termina alle 20,32 mentre il TG5 si conclude alle 20,38, allungando i tempi senza entrare in concorrenza con il TG1; bisogna però considerare che nella media dell'ascolto vengono computati anche quei sei minuti.

PRESIDENTE. Comunque, per rassicurarla, il direttore del TG1 mi ha fornito questi dati in dettaglio; ha difeso il TG1 ed ha attaccato altri.

SACCÀ. Biagi – questo è un fatto aziendale – tra un paio di mesi conclude la sua prestazione, dopo di che l'azienda tratterà. Io ritengo che Biagi, così come Vespa e altri personaggi siano una risorsa dell'azienda e che a quest'ultima sia riconosciuta questa capacità di suonare su varie tastiere ricorrendo a personalità molto forti. Ad ogni modo, è un problema che si porrà quando verrà a scadenza il contratto.

GIANNI. Il problema di «Porta a Porta» come lo risolviamo?

SACCÀ. Parlerò con Vespa e con il capo struttura per chiedere loro di definire un programma di compensazione.

Senatrice Acciarini, ritengo che abbiamo risposto alla domanda del pubblico in seguito agli attentati dell'11 settembre. Lo abbiamo fatto trasformando «Uno mattina» e «La vita in diretta» in contenitori di informazioni su tutto l'universo della guerra e su tutte le ricadute per la vita dei nostri cittadini e mandando degli inviati di entrambi i programmi in Afghanistan. Lo abbiamo fatto con le prime serate di Bruno Vespa: sette su undici puntate trasmesse finora sono state dedicate a quel tema. Abbiamo trasmesso «Quel giorno a Manhattan», un programma che è stato scritto come un film da due grandi sceneggiatori, in cui abbiamo raccontato con le immagini della vita di ogni giorno la storia di sei vittime. Lo abbiamo fatto mettendo «Schindler's List» in prima serata quel giorno e facendo passare dalla sera prima un aston per 24 ore per tutta la rete con su scritto: «Domani Schindler's List, per non dimenticare».

Ripeto, penso abbiamo risposto, così ha fatto anche il pubblico facendo aumentare di 4 punti «Uno mattina» e dando a «La vita in diretta», nelle fasce tra le 16,10 e le 19, *share* altissimi, tra il 30 e il 33 per cento. Quindi, in questo caso domanda e offerta si sono incontrate. Forse non abbiamo fatto tutto quello che era sperabile, però sicuramente abbiamo fatto tutto quello che era possibile con i mezzi che avevamo.

Ho citato il programma di Panariello come qualità e lo confermo, perché parlo di qualità televisiva: aver riportato i balletti al 47 per cento di ascolto, aver preso un coreografo che era il maestro di Michael Jackson e di Madonna, aver girato l'Italia. Anche quest'ultimo aspetto è una precisa scelta editoriale, non un fatto tecnico-logistico: se il programma fosse stato girato in studio avrebbe avuto tutta un'altra cifra linguistica, ma nei Palazzi dello sport, con un rapporto vivo con la città, parlo di 5000-6000 cittadini), il programma è cambiato. A mio parere è stato un grande programma di qualità a cui ha risposto il 50 per cento del pubblico: credo che nei grandi numeri sia la qualità e così anche l'intelligenza e l'etica, altrimenti non saremmo democratici. Questo è quello che penso quando parlo di qualità, che va sempre connessa al mezzo.

Quanto all'aspetto della competizione e della complementarità, di cui alla domanda del senatore Falomi, devo dire che abbiamo allungato «La

vita in diretta» consapevoli di fare competizione, tant'è che i dati cominciano ad arrivare, perché loro stanno come media di programma al 25-26 per cento e noi ieri abbiamo toccato quasi il 24 per cento, con un'offerta però totalmente diversa, che è un dato virtuoso e con un grande risparmio. Non facciamo questa operazione come servizio pubblico, intendendo quest'ultimo quale metafora di una TV vincente. No, penso al servizio pubblico come ad una TV che vince. Siamo partiti con «La vita in diretta», che ha medie di ascolto nelle altre ore del 30 per cento, quindi ci proponevamo non dico il 30 per cento ma un risultato da 25 per cento; se avremo tempo e cresceranno gli ascolti, credo ce la potremo fare e questo farà più bene al TG1 che non a «Quiz show».

Per quanto riguarda il sottosegretario Sgarbi, quel contratto non c'è più.

In merito alla pubblicità dei libri, nei programmi presentiamo i libri così come fanno i giornali, i quotidiani e i settimanali. L'azienda ha un codice, l'ufficio legale vigila, e io stesso ho dato delle linee, perché c'è un punto di discriminazione con la pubblicità occulta.

LAURIA (*Mar-DL-U*). E i libri di Vespa?

SACCÀ. I libri di Vespa sono editi dalla ERI, che tra l'altro è un'azienda RAI.

LAURIA (*Mar-DL-U*). Va bene, questo è un argomento che non avevamo sollevato.

SACCÀ. Passando ad altro quesito, credo che l'identità di un Paese sia costituita da tutte le identità che si tengono insieme e il nostro è un Paese straordinario. Con «Il viaggio in Italia» – che poi è un'idea antica perché «Piacere RAIUNO» si fa perché scatta un'esigenza editoriale non perché c'è un'esigenza politica di schieramento che vince le elezioni – andremo a raccontare tutta l'Italia: il Nord, il Centro e il Sud. Credo che la RAI possa aumentare nei suoi programmi i tassi di territorialità, anche perché pagano. La forza di RAITRE, anche nelle nostre indagini sull'immagine, sulla *brand equity* delle reti, è che viene vissuta come rete territoriale. La forza del marchio è proprio questa, tanto che gli intervistati affermano che pagherebbero il canone anche solo per RAITRE, se questa fosse ancor più territorializzata: Nord, Sud, Centro con un grande apprezzamento per l'informazione regionale.

Quanto all'impegno sul sociale, RAIUNO non ha mai avuto una querela o una denuncia su violazioni di leggi o di codici che riguardano i minori, almeno negli ultimi anni. Nei nostri programmi abbiamo consulenti che curano in maniera particolare questo aspetto.

PRESIDENTE. Ringrazio molto il Presidente di RAIUNO e anche i colleghi per la pazienza, l'attenzione e la cortesia che hanno mostrato. Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle ore 16,45.