



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XIX LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 15

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

AUDIZIONE DEL DIRETTORE INTRATTENIMENTO DAY TIME  
E DEL DIRETTORE APPROFONDIMENTO

17<sup>a</sup> seduta: martedì 1° agosto 2023

Presidenza del presidente FLORIDIA Barbara

## INDICE

## Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE:

- FLORIDIA Barbara (M5S), *senatrice* . . . Pag. 3

## Audizione del Direttore Intrattenimento Day Time e del Direttore Approfondimento

PRESIDENTE:

- FLORIDIA Barbara (M5S), *senatrice* . . . Pag. 3,  
6, 9 e *passim*BERGESIO (LSP-PSd'Az), *senatore* . . . . . 10BEVILACQUA (M5S), *senatrice* . . . . . 9FILINI (FDI), *deputato* . . . . . 11GASPARRI (FI-BP-PPE), *senatore* . . . . . 12GRAZIANO (PD-IDP), *deputato* . . . . . 13LUPI (NM(N-C-U-I)-M), *deputato* . . . . . 14CORSINI, *Direttore Approfondimento* . . Pag. 6, 18MELLONE, *Direttore Intrattenimento Day  
Time* . . . . . 3, 15

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

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Azione-Italia Viva-RenewEurope: Az-IV-RE; Civici d'Italia-Noi Moderati (UDC-Coraggio Italia-Noi con l'Italia-Italia al Centro)-MAIE: Cd'I-NM (UDC-CI-NcI-IaC)-MAIE; Forza Italia-Berlusconi Presidente-PPE: FI-BP-PPE; Fratelli d'Italia: FdI; Lega Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: LSP-PSd'Az; Movimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico-Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Per le Autonomie (SVP-Patt, Campobase, Sud Chiama Nord): Aut (SVP-Patt, Cb, SCN); Misto: Misto; Misto-ALLEANZA VERDI E SINISTRA: Misto-AVS.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Fratelli d'Italia: FDI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: LEGA; Movimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Italia Viva - Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con l'Italia, Coraggio Italia, UDC, Italia al Centro)-MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-MIN.LING.; Misto-+Europa: Misto-+EUROPA.

*Intervengono il dottor Angelo Mellone, direttore Intrattenimento Day Time, e il dottor Paolo Corsini, direttore Approfondimento, accompagnati dalla dottoressa Angela Mariella, direttrice Relazioni istituzionali, e dal dottor Davide Di Gregorio, direttore Staff Direttore Generale Corporate.*

### **Presidenza del presidente FLORIDIA Barbara**

*I lavori hanno inizio alle ore 13,45.*

*(Si approva il processo verbale della seduta precedente).*

#### *SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI*

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

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

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

#### *PROCEDURE INFORMATIVE*

#### **Audizione del Direttore Intrattenimento Day Time e del Direttore Approfondimento**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del Direttore Intrattenimento Day Time e del Direttore Approfondimento.

Saluto e ringrazio per la loro disponibilità il dottor Angelo Mellone, direttore Intrattenimento Day Time, e il dottor Paolo Corsini, direttore Approfondimento, accompagnati dalla dottoressa Angela Mariella, direttrice Relazioni istituzionali, e dal dottor Davide Di Gregorio direttore *staff* Direttore Generale *Corporate*.

Ho anticipato ai nostri ospiti che gradiremmo avere le loro relazioni, quando sarà possibile averle, e che potranno poi, se avranno piacere, integrarle con una nota scritta nel caso in cui maturassero delle riflessioni aggiuntive.

Do quindi la parola al dottor Mellone per la sua esposizione.

*MELLONE*. Buongiorno, ringrazio la Presidente per l'invito e saluto tutti i membri della Commissione. Cercherò, nell'ambito del tempo che

mi è stato assegnato, di raccontare cosa fa la Direzione Intrattenimento Day Time.

Da poco più di un anno, come sapete, è stata varata la riforma organizzativa della RAI, e quindi la strutturazione per generi. L'Intrattenimento Day Time è la Direzione che, fatti salvi alcuni programmi, si occupa di tutta la programmazione di RAI Uno e RAI Due dalle 7 alle 20, più qualche incursione su RAI Tre, con piccole fasce orarie, e su alcuni canali diciamo specializzati. È quindi una Direzione che, più che un genere specifico, ricopre una fascia oraria. Al suo interno abbiamo programmi molto diversi fra loro: i *game*, i *cooking*, i *tutorial*, i programmi di *infotainment*, i contenitori come «Uno mattina» e «La vita in diretta», i programmi di territorio, *show* come «Domenica in». Per cui abbiamo una competenza di contenuti che probabilmente disegna la Direzione che produce il monte ore più grosso, forse pari alla somma di tutte le altre Direzioni messe insieme; e inoltre, come varietà di argomenti e di modalità narrative, è anche in questo caso, diciamo, una Direzione iper-plurale.

L'indirizzo editoriale di questa Direzione ha delle linee di indirizzo diciamo abbastanza chiare: il primo tema è quello del racconto italiano, ovvero come raccontare, più che l'Italia, le Italie, cioè la nostra Nazione raccontata come sommatoria di differenze geografiche, culturali, antropologiche, narrative; il centro, la periferia, le campagne, i paesi, i borghi; quindi cerca di raccontare le Italie e gli italiani, il massimo di pluralità e di differenti punti di vista per definire che cos'è l'Italia oggi.

Secondo punto: la questione del rapporto con la cronaca e nello specifico con la cronaca nera. Noi abbiamo molti programmi che si occupano di fatti di cronaca ed evidentemente la cronaca nera è uno degli ingredienti del racconto dell'informazione. Su questo come Direzione ci atterremo scrupolosamente non solo alle indicazioni che sono già previste dalle carte, ad esempio la Carta di Treviso per i minori, cioè da tutti i documenti ufficiali che circoscrivono e definiscono il tipo di narrazione giornalistica che va fatto relativamente alla cronaca, ma anche, con una particolare attenzione, al tema dei bambini e degli anziani, perché comunque – lo avevo già detto alla prima presentazione dei palinsesti – noi abbiamo la responsabilità, come servizio pubblico, di avere a che fare anche con tante persone sole, con tante solitudini, e quindi non vorrei mai che una persona anziana possa avere paura di uscire di casa perché abbiamo raccontato magari dei fatti di cronaca nera eccedendo con un racconto morboso e in certi casi anche falsificante. Quindi, grande aderenza ai fatti, ma anche grande stile e sobrietà narrativa.

Un'altra questione legata al racconto italiano è quella del *made in Italy*. Siamo il Paese delle eccellenze, siamo il Paese della grande genialità imprenditoriale, e l'obiettivo di questa Direzione, del racconto dei programmi di questa Direzione, è quello di dedicare il più possibile spazio al racconto delle storie italiane positive, alle grandi storie civiche, alle grandi storie imprenditoriali, alla positività. Sempre con attenzione al tema degli ascolti, perché comunque siamo un'azienda che sta sul mer-

cato, veniamo misurati per *share* e *audience*, ma anche con un'attenzione alla qualità, e in questo caso parlo di inclusività narrativa, a quello che facciamo. Qualità, stile, sobrietà e soprattutto, appunto, storie positive.

Temi strategici: aumentare i *target*. Quindi, evidentemente, visto che le direzioni non insistono su una sola rete ma su più reti, nell'arco mi auguro di uno o due anni riparametrare i *target* per le differenti reti. Abbiamo un *target* diciamo tradizionale su RAI Uno, su RAI Due andrà fatto un lavoro di abbassamento perlomeno di 7-8 anni dell'età media dei *target* con l'introduzione di nuovi programmi e anche di nuove modalità di costruzione di programmi, alcuni dei quali dovranno nascere e crescere costitutivamente crossmediali. Che cosa intendo per crossmediali: programmi che vengono pensati non solo per la messa in onda lineare, quindi in diretta, ma che vengono già pensati per essere tagliati e rimontati sui *social*, sulle piattaforme, aumentando l'interattività e aumentando quindi la possibilità anche attraverso i contenuti di prenderci dei pezzi di pubblico che oggi – parliamo di chi sta sotto i cinquant'anni di età – ha delle modalità di rapporto con la televisione e con la *smart tv* che non sono quelle delle generazioni più avanti negli anni.

Il tema del pluralismo culturale: quando fai *game*, programmi di *cooking*, di *food*, programmi-contenitore, hai la possibilità di svariare per argomenti, per contenuti e per modalità narrative, anche qui tenendo sempre alta l'asticella della qualità produttiva. L'ho detto ieri in un'intervista: abbiamo per esempio un programma come « Reazione a catena » – penso lo abbiate visto tutti almeno una volta – che gioca con l'italiano. Non è un programma nozionistico: è un programma che giocando con l'italiano ti permette di capire meglio la nostra lingua e di conoscerla meglio. Ebbene, pensando al tema della collaborazione istituzionale, noi come Direzione continuiamo a lavorare tantissimo con le Regioni, con gli enti locali e con i Ministeri per la produzione di programmi del territorio, ma perché non immaginare strategicamente, buttare un po' il cuore oltre l'ostacolo e trasformare un gioco di questo genere in uno strumento che entra nelle università e nelle scuole dove anziché fare un'ora di grammatica al mese impari l'italiano giocando con un gioco della RAI? Significherebbe fare servizio pubblico e farlo in territori che non sono quelli direttamente mediati e televisivi nello specifico, andando noi fisicamente a caccia del nostro *target* – ne ho avuto la riprova, in positivo in questo caso – andando noi fisicamente a prenderci il nuovo pubblico, allargandoci anche sul territorio, tenendo conto che la RAI a differenza di altri *competitor* ha 20 sedi regionali, ha quattro centri di produzione, quindi abbiamo la possibilità di un « dispiegamento di fuoco » anche organizzativo che altri *competitor* non hanno.

Sul nuovo corso, abbiamo in campo alcuni nuovi prodotti che aumentano il tasso di qualità della produzione culturale della Direzione Intrattenimento Day Time. Faremo un programma, che manderemo sia su RAI Uno sia su RAI Due, dedicato esplicitamente al viaggio archeologico. Voi direte: ma come, il sabato mattina il viaggio archeologico su RAI Uno? Sì, e sono certo che gli ascolti saranno positivi; un viaggio

dove i due conduttori andranno a raccontare i siti archeologici meno famosi, per intenderci. Un programma come « Il provinciale », che abbiamo già testato nel *day time*, lo porteremo in prima serata: un racconto letterario dell'Italia, di divulgazione letteraria, che arriva in prima serata, dove scopriremo le radici delle civiltà italiane attraverso la potenza narrativa. Stiamo reintroducendo alcuni generi come i *dating show*, penso anche ai *tutorial*, ai *reality*, ad alcuni generi televisivi che in RAI sono stati poco utilizzati negli ultimi anni ma che proprio per la riparametrazione dei *target* dobbiamo riportare dentro, con uno stile RAI, con uno stile di servizio pubblico. Penso anche agli *adventure games*, a nuove modalità narrative che noi possiamo reintrodurre all'interno, con stile, parsimoniosità e capacità narrative proprie del servizio pubblico. L'obiettivo è quello di riportare all'interno della RAI – ho parlato di sovranità narrativa – la nostra capacità di produrre non solo trasmissioni, ma *format*. La grande battaglia che si fa a livello internazionale oggi è che ogni anno vengono prodotti circa nel mondo 2000 *format*: per *format* si intendono prodotti che vanno messi in onda e che hanno dei meccanismi narrativi che possono essere tutelati giuridicamente. In RAI stiamo adesso finalmente costruendo un processo di produzione interna di *format* che ci permetta non solo di farceli produrre internamente, non solo di riportare la creatività internamente all'Azienda, ma finalmente di essere non solo l'azienda che compra prodotti sul mercato, magari all'estero, ma l'azienda che produce prodotti che comprerà qualcun altro, pensati e creati in sinergie anche, come dire, RAI-privato all'interno della nostra azienda. Credo che questo, in uno scenario di medio periodo, di trasformazione in *media company*, dove la competizione non si farà sulle strutture ma sui prodotti, sulle idee, sulla creatività, sia uno degli strumenti che abbiamo a disposizione e che dobbiamo implementare in maniera – lo dico scherzosamente – feroce, per consentire alla nostra Azienda di essere sempre più competitivi.

Mi fermo qui. Vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Grazie a lei. Do ora la parola al dottor Corsini.

*CORSINI*. Prima di cominciare permettetemi di esprimere un sincero ringraziamento alla presidente Barbara Floridia e agli onorevoli membri di questa Commissione di vigilanza per l'invito rivolto ai Direttori delle Direzioni di genere.

Nel quadro delle attività che porteranno alla definizione di un nuovo contratto di servizio ritengo particolarmente importante avere l'opportunità di illustrare non solo l'attività e il ruolo della Direzione approfondimento, ma anche il rilevante cambiamento avviato dal nuovo assetto orizzontale per generi. Questo nuovo modello, infatti, impone un cambiamento netto: mette al centro il prodotto e rendere necessario un processo collaborativo più sinergico tra tutte le strutture aziendali. È una piccola rivoluzione che, alla luce degli impegni presenti nel contratto di servizio, non dovremmo dare per scontata.

A chi ricopre responsabilità editoriali il nuovo modello richiede di investire con maggiore impegno nella qualità e nella creatività, avendo come obiettivo contenuti pensati e sviluppati nativamente, come diceva anche il collega Mellone, non più per singole reti tv ma per una fruizione multiplatforma. Parliamo del cambiamento digitale più rilevante nel percorso della RAI verso una *media company* digitale; un'innovazione che ripositiona con maggiore forza e chiarezza i *brand* di tutti i nostri canali nell'universo digitale che, almeno ci auguriamo, con la sua piena implementazione possa anche aiutare il dibattito pubblico a superare finalmente quelle vecchie dicotomie ideologiche tra reti televisive che oggi possono appassionare ancora solo qualche lettore di giornale e qualche collega giornalista che ha nostalgia di un'epoca oramai lontana e superata, come ad esempio la favoletta che abbiamo letto in questi giorni della famosa Telekabul riferita a RAI Tre.

Le nuove Direzioni di genere rappresentano in questo senso un presidio di grandissima rilevanza strategica per il servizio pubblico: sono infatti in grado di offrire una visione più organica e intellegibile dell'offerta complessiva, permettendo ad esempio di interpretare e misurare il pluralismo culturale, politico e sociale guardando innanzitutto all'insieme complessivo dei palinsesti RAI e non attraverso la programmazione di singoli canali di distribuzione. Si tratta, onorevoli senatori e deputati, di un notevole passo avanti. L'attuale mercato televisivo, come dimostrano i tanti nuovi programmi e il viavai di conduttori noti o meno noti, è infatti molto dinamico e caratterizzato da una competizione sempre più elevata, che va oltre il confronto dei singoli canali televisivi e delle singole testate. Sarebbe così alquanto riduttivo cercare di leggere o regolamentare il sistema con categorie legate al passato. Su questo punto mi sembra utile segnalare, ad esempio, che proprio di recente l'AGCOM ha segnalato al Governo la necessità di rivedere la normativa in materia di comunicazione politica e di accesso ai mezzi di informazione: un punto centrale per chi è giornalista e per chi fa approfondimento informativo.

Le multinazionali e i grandi operatori privati investono in misura sempre maggiore su *format* e *talent* e la RAI, come tanti altri editori pubblici europei, ha sempre più difficoltà a mantenere una propria *leadership* in termini esclusivamente di ascolti. In alcuni generi e segmenti di programmazione, come per esempio nel caso dell'informazione e dell'approfondimento informativo, i rischi sono maggiori perché la concorrenza è più agguerrita e soprattutto è meno soggetta a vincoli normativi e meno soggetta a controlli e verifiche, cosicché ad essere a rischio sono anche i principi e i valori che il servizio pubblico si propone di tutelare ed esprimere. Per fare un esempio più concreto, vediamo in emittenti televisive concorrenti programmi di approfondimento informativo che potrebbero rientrare nel genere come « Le Iene » o « Striscia la Notizia »; noi quei tipi di programmi non potremmo mai farli.

In particolare, alcuni prodotti che caratterizzano maggiormente la Direzione approfondimento, quali ad esempio il giornalismo d'inchiesta – di cui tanto si è parlato nei giorni scorsi anche a proposito del contratto

di servizio – richiedono risorse certe e stabili, svincolate da logiche commerciali, anche perché sono prodotti che per tipologia e vocazione qualificano il servizio pubblico e hanno un forte impatto sull'opinione pubblica.

Al riguardo, mi sembra opportuno evidenziare come nel panorama televisivo nazionale la RAI sia l'unico soggetto che attualmente è in grado di presentare una programmazione realmente aperta a tutti i diversi punti di vista politici, sociali e culturali; ovviamente per i dettagli rimando agli studi e alle analisi che sono disponibili sul sito della RAI. Questo primato, mi permetto di dire, rappresenta un valore non solo per la RAI ma per l'intera collettività. La formulazione degli impegni nel nuovo contratto di servizio dovrà necessariamente tenerne conto, anche alla luce di un mercato che l'innovazione tecnologica trasforma rapidamente e in cui le risorse pubbliche crescono nel complesso meno di quelle commerciali.

Ovviamente non muteranno gli impegni della RAI in funzione di un'offerta informativa improntata ai canoni di equilibrio, pluralismo, completezza, obiettività, imparzialità, indipendenza e apertura a tutte le forze politiche sociali e culturali. Il nuovo contratto di servizio, tuttavia, dovrà sostenerci nel realizzare questi obiettivi in tutte le diverse piattaforme in cui la RAI sarà chiamata a creare valore pubblico.

In questa prospettiva mi sembra importante evidenziare la rilevanza dei nuovi palinsesti 2023-2024: i primi ad essere ideati interamente dalle Direzioni di genere e ad essere realizzati, quindi, per creare valore al di là della tradizionale offerta generalista.

La prossima stagione televisiva rappresenta una sfida importante per la Direzione approfondimento in particolare, anche alla luce del ruolo che il genere svolge per il pieno conseguimento degli obiettivi di servizio pubblico della concessionaria. Nel suo perimetro di competenza rientrano i diversi *format* e programmi (come ad esempio *talk show*, inchieste, interviste, magazine, *reportage*) con contenuti esclusivamente di approfondimento informativo, ovvero analisi di temi politici, sociali, economici, scientifici, ambientali e tecnologici.

Pluralismo e innovazione sono i principi cardine su cui è stata costruita l'intera offerta dei nuovi palinsesti di genere. Tante le conferme, diverse le novità, con una grande attenzione al linguaggio, semplice e diretto, per essere ancora più accessibile.

Se volete, se abbiamo il tempo, posso riassumere brevemente l'offerta complessiva della Direzione Approfondimento. È un'offerta che si articola essenzialmente su tutte le tre reti generaliste, che cercherà piano piano spazio, nel nuovo riassetto aziendale, anche sui canali telematici e che ovviamente è presente sulle piattaforme digitali.

I programmi più noti li avete presenti tutti: per RAI Uno, la TV generalista per eccellenza, abbiamo « Porta a Porta » (26 anni, siamo al ventisettesimo anno di trasmissione); la nuova striscia di informazione dopo il TG1, i « Cinque Minuti », che ha riscontrato nei tre mesi di sperimentazione l'anno scorso un buon risultato sia in termini di ascolto per



una fascia dedicata per la raccolta pubblicitaria sia in termini di consenso e di offerta informativa; il lunedì, in seconda serata, troveranno spazio alcune novità, alcune sperimentali e altre consolidate; penso a programmi di squisito servizio pubblico come « Cose Nostre », un programma a bassissimo costo prodotto interamente internamente che parla di vittime di mafia e di problemi della mafia, oppure al nuovo programma che dovrà mettere in piedi Francesco Giorgino nella prossima stagione.

Su RAI Due abbiamo dei presidi legati alla Direzione Approfondimento, anche se le vocazioni di RAI Due sono verso l'intrattenimento leggero: « Ore 14 » – qui rimando a quello che diceva il collega Angelo Mellone sulla questione dell'offerta dell'informazione relativa alla cronaca e alla cronaca nera in particolare – e alcune seconde serate più rivolte a un pubblico meno tradizionale, che sono il lunedì in seconda serata il nuovo programma di Luisella Costamagna e le seconde serate di Monica Setta il martedì e il giovedì rivolte ai giovani e alle donne.

La rete che più vede un cambio di passo dovuto all'assetto delle Direzioni di genere è RAI Tre, che dovrebbe procedere nella marcia e diventare il canale a maggior offerta di informazione tra i canali RAI, con lo spostamento di « Report » dalla sua tradizionale collocazione alla domenica; un aumento dell'offerta dei programmi di inchiesta, con la proposta di un programma di Salvo Sottile il lunedì; il tradizionale *talk* il martedì; « Chi l'ha visto? », storico *brand* RAI, il mercoledì; le prime serate e *access* del sabato e della domenica; « In Mezz'ora », la domenica pomeriggio, con le grandi interviste e l'approfondimento « In Mezz'ora – Storie dal mondo » condotto da Monica Maggioni.

Abbiamo poi l'informazione medico-scientifica, che ha avuto un ruolo centrale nei periodi ormai lontani, almeno nel ricordo di tutti noi, del Covid e della pandemia, ma che ha presidiato una corretta e affidabile informazione in un settore molto delicato come quella dell'informazione medico scientifica.

Per il rispetto dei tempi non mi dilungo oltre; nel caso fosse ritenuto utile sarà mia cura fornire a questa Commissione ulteriori elementi di dettaglio con la relazione scritta.

Grazie a tutti per l'attenzione.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti per le loro relazioni.

Procediamo con gli interventi dei commissari.

BEVILACQUA (M5S). Grazie, Presidente, grazie ai direttori per essere qui oggi dandoci la possibilità di approfondire direttamente delle tematiche che ci interessano. Vorrei partire dal direttore Mellone, che ha posto la sua attenzione, ovviamente importante, sugli ascolti, sui risultati che portano i programmi in termini di ascolto. Volevo chiederle come mai, nella presentazione dei palinsesti, ha ritenuto opportuno che venisse sostituito il *format* di successo della Bortone, « Oggi è un altro giorno », con un nuovo programma condotto dalla Balivo. In particolare volevo chiederle se la sua scelta di togliere un programma che comunque ha ga-

rantito degli ascolti molto buoni in una fascia sensibile e delicata come quella pomeridiana di RAI Uno è basata su delle valutazioni in particolare e secondo quale criterio ha ritenuto necessario, se non opportuno, sostituire una giornalista interna con una risorsa esterna.

Per quanto riguarda invece il direttore Corsini, con particolare attenzione naturalmente ai temi dell'approfondimento e dei programmi di inchiesta, volevo chiedere se ritiene di aver valorizzato un *format* di successo che garantisce sicuramente degli ascolti, lo stiamo vedendo anche con le repliche estive – mi sto riferendo a « Report » – spostando questo programma dalla sua fascia collaudata del lunedì alla domenica ed inserendo al suo posto il programma di Salvo Sottile, su cui peraltro, come Movimento Cinque Stelle, abbiamo presentato un'interrogazione. Volevo chiederle anche perché relegare una trasmissione di successo e collaudata come « Petrolio » di Duilio Giammaria in una fascia pomeridiana del sabato lasciando spazio, invece, in prima serata a esterni che per esempio non sono nemmeno dei giornalisti.

BERGESIO (*LSP-PSd'Az*). Grazie, Presidente, grazie a Angelo Mellone e Paolo Corsini per l'illustrazione. La RAI sta finalmente cercando di uscire da un periodo di difficoltà per dare quello che dovrebbero avere oggi la possibilità di avere i nostri carissimi utenti, che poi siamo tutti noi, coloro i quali pagano questo canone così importante e che permette alla RAI di fare delle scelte strategiche, come è stato detto in precedenza. Se il contratto di servizio parla di alcuni principi così importanti come un ruolo inclusivo, sostenibile, di responsabilità, ma soprattutto di credibilità, è anche bene però ascoltare dalla vostra viva voce il fatto di riuscire a trasformare la RAI in *digital media company* e riuscire a fare in modo che questi programmi abbiano un pubblico giovane che ormai – lo abbiamo sentito più volte anche qui – fatica a seguire i programmi televisivi. È anche vero, come ci ricordava il ministro Giorgetti, che li seguono sugli *smartphone*, però dare la possibilità di avere dei programmi che abbiano un accesso immediato è importante, perciò un'attenzione particolare ai nostri giovani.

Un tema che ci tocca in modo particolare, credo sia importante e lo ha citato prima il dottor Mellone, è il fatto di promuovere il nostro *made in Italy*, che non è solo il cibo, la gastronomia – che certo è una parte importantissima – ma è anche la creatività, l'artigianato artistico. Noi abbiamo avuto molte sollecitazioni in questo campo sul piano della promozione sia come capacità di dire che il nostro prodotto è realmente quello prodotto con grande fatica da grandi professionisti che sono quasi degli artisti, sia come un mestiere per il futuro; e qui mi collego anche ai giovani. Ci sono molte realtà che ci troviamo ad audire nel corso delle nostre attività nelle Commissioni o che incontriamo sui territori che ci chiedono di avere magari anche in RAI un po' di visibilità, perché certe attività e certi mestieri oggi si fatica a proporle ai giovani perché non hanno quell'approccio veloce e immediato, perché non lo riconoscono

come un lavoro che magari può anche avere un certo successo nel guardare al futuro.

Ritengo anche corretto, parlando di promozione, il fatto che, come ho letto, il prossimo anno avremo i 150 anni dalla scomparsa di Guglielmo Marconi e ci saranno degli eventi importanti. Ho letto che vi farete promotori di iniziative, quindi potrebbe essere proprio un anno dedicato ai personaggi famosi della nostra cultura, della nostra storia e della nostra tradizione, a coloro che hanno portato tanti aspetti positivi al nostro Paese.

Un altro tema che credo che sia importante portare avanti è quello, come si diceva prima, del monitoraggio e degli obiettivi. Noi a livello di contratto di servizio abbiamo anche delle responsabilità per individuare quelli che possono essere dei suggerimenti. Credo quindi che a prescindere dall'*audience*, che sicuramente è importante, ci sia la possibilità, magari secondo le proposte che riuscirete a mandarci, di indicare qualche obiettivo misurabile, perché è sempre bene avere la possibilità attraverso questa Commissione di vigilanza di dare anche un riscontro a quella che è la vostra attività. Se questo obiettivo misurato ha un consenso molto elevato sicuramente premia anche la vostra professionalità, che sicuramente nessuno di noi mette in discussione.

FILINI (*FDI*). Grazie, Presidente, ringrazio i direttori Corsini e Mellone anche se, devo dirlo, sono arrivato quando l'audizione del direttore Corsini era già in corso e non ho potuto – come penso altri colleghi della Camera – ascoltare la relazione del dottor Mellone perché eravamo alla Camera e stavamo votando. Era fisicamente impossibile che noi riuscissimo ad arrivare in tempo. Mi auguro per le prossime volte che non accada più, perché noi abbiamo un Regolamento e il Regolamento prevede che quando si vota alla Camera non si può ovviamente convocare la Commissione. Anche le altre Commissioni della Camera sono slittate; questa è una Commissione bicamerale, ma il principio dovrebbe essere lo stesso. Per le prossime volte, per garantire a tutti i membri della Camera di essere presenti alle sedute di Commissione, mi auguro che ne tenga conto. L'avevamo anche avvisata che purtroppo alla Camera i lavori sarebbero andati oltre.

Ciò detto, approfitto della presenza del dottor Corsini per rivolgerle alcune domande, anche per fugare un po' di dubbi che sono sorti nel dibattito attorno a tutto ciò che è RAI nelle scorse settimane.

Innanzitutto le volevo chiedere quanti saranno i programmi afferenti alla Direzione Approfondimento che si terranno nella stagione 2023-2024, anche per darci un'idea del volume del palinsesto per quanto riguarda l'Approfondimento.

Molto spesso si sente parlare di interni ed esterni, di produzioni interne ed esterne; vorrei capire, se possibile, per quanto riguarda la sua Direzione qual è il rapporto tra produzioni interne ed esterne previsto nella stagione 2023-2024 e se ci sono differenze rispetto agli anni passati, per capire se effettivamente cambia qualcosa o meno.

L'ultima domanda è relativa al giornalismo di inchiesta. Anche qui ne abbiamo sentito parlare e se ne sente parlare sempre di più: la RAI sta diminuendo il giornalismo di inchiesta, lo sta aumentando, mi piacerebbe fare chiarezza innanzitutto su questo. Non vorrei, dagli interventi che ho sentito, che adesso il problema diventasse il giornalismo di inchiesta che piace e quello che magari non piace, quindi le chiedo se può fare un po' di chiarezza attorno a questo tema.

Per quanto riguarda invece il direttore Mellone, visto che non ho ascoltato la sua audizione – però l'andrò a recuperare dagli atti – volevo soltanto un chiarimento. Ieri ho letto una sua intervista nel « Corriere della Sera » dove ha parlato di sovranità narrativa: vorrei capire che cosa intende per sovranità narrativa, se ci può declinare meglio questo concetto. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie a lei. Prima di dare la parola al senatore Gasparri, riferisco che mi è stato segnalato che si stava votando alla Camera, chiedendo di ritardare di qualche minuto. Ho fatto esattamente ciò che è stato chiesto, tanto che abbiamo cominciato con oltre dieci minuti di ritardo, proprio perché consapevole che stavate per votare. Mi pare che questa Presidenza sia stata sempre attenta alle esigenze di tutti; la prossima volta staremo ancora più attenti.

Prego, senatore Gasparri.

GASPARRI (*FI-BP-PPE*). Grazie, Presidente, del resto anche noi abbiamo delle Commissioni in corso; io stesso dopo l'intervento dovrò andare a votare in un'altra Commissione. Sono giornate in cui tutto si intreccia.

Noi stiamo facendo delle audizioni a 360 gradi sul contratto di servizio che poi sono anche un'occasione, diciamo così, per una verifica a tutto tondo sulla nuova fase della RAI, perché in realtà questa fase del contratto di servizio coincide con l'avvio di numerose Direzioni, comprese quelle che oggi sono presenti. Ebbene, voglio soltanto constatare che mi sento rassicurato dalla realtà che si sovrappone alla narrazione. Faccio un esempio: ho letto sui giornali le fantascientifiche descrizioni del contratto di servizio che abolivano non si sa perché il giornalismo di inchiesta, cosa che non ho letto mai da nessuna parte se non sui giornali che hanno inventato il pericolo per poi sventarlo, quindi hanno sventato un pericolo che avevano inventato. Un successo clamoroso: basta che uno si inventi un pericolo, poi il pericolo non c'è e quindi è facile sventarlo. Anzi, devo dire che plaudo molto al fatto – al di là delle collocazioni la domenica o il lunedì; anche nel passato ricordo che le collocazioni erano diverse, non è che tutte le cose siano sempre andate in onda in determinati giorni canonici; alcuni programmi sono stati spostati per ragioni di risultati, di sovrapposizione, di contrapposizione; altri che andavano in onda tutti i giorni adesso vanno in onda tre giorni a settimana; insomma, mi pare abbastanza relativa come discussione – che il giornalismo di inchiesta non ha un monopolio. Oltre alla celebre trasmissione « Report »,

che proseguirà e che nessuno aveva mai messo in dubbio, a me anzi poi diverte – c'è uno scambio pubblico e privato sulle invenzioni di Ranucci che a me divertono molto, dovrebbe essere spostato di genere, come ho detto più volte, messo nella *fiction*, però sta nell'informazione, contento lui; quindi non mi pare che sia un dramma italiano, la domenica o il lunedì – il giornalismo di inchiesta risulta raddoppiato, perché ho letto e attendo con curiosità questo nuovo programma di Salvo Sottile che sarà credo il lunedì, in modo che potremmo anche sentire un'altra narrazione sulla desecretazione dei documenti che riguardano la stagione 1980 (Ustica, Bologna e altro come la trattativa presunta Stato-mafia). Così almeno ci saranno varie trasmissioni di giornalismo di inchiesta, probabilmente non monocordi. Quindi non era vero che c'era un'abolizione, e mi pare che sia stato confermato, così come sul carattere plurale del palinsesto della parte approfondimenti. Sinceramente, a parte qualche personaggio che è andato via per sua scelta (commerciale e di collocazione diversa), tutto mi pare è stato confermato, anzi aumentato, e vedo dei ritorni (la Costamagna e altre vicende). Poi c'è questa strana teoria che se uno è gradito alla sinistra può insultare il prossimo e se non è gradito alla sinistra non può; credo che la RAI si atterrà a delle regole obiettive in materia; noi abbiamo fatto anche un'interrogazione come Gruppo di Forza Italia sulla nota vicenda, poi sarà la RAI a fare le sue valutazioni.

Concludo dicendo che apprezzo l'esposizione che è stata fatta; poi attenderemo la verifica, vedremo la televisione, per quanto possibile, in diretta o registrata o su RAI Play, come si potrà. Per la parte dell'intrattenimento segnalò solo al direttore Mellone che anche sui temi delle dipendenze che riguardano le droghe, l'alcol o la ludopatia, che oggi è un tema molto delicato e preoccupante, ecco, vorrei dare un consiglio, molte volte non sono i programmi di approfondimento politico la sede migliore per raggiungere un pubblico generalista o di varie età; quindi, anche su questi, trovare il modo, l'approccio, per trattarli in maniera utile a promuovere stili di vita che possano favorire l'uscita da ogni forma di dipendenza. Anche dalla teledipendenza, al limite; però se non vedessero la televisione non vedrebbero i vostri programmi, quindi lì sarei più moderato.

GRAZIANO (*PD-IDP*). Grazie, Presidente, ringrazio il direttore Mellone e il direttore Corsini per essere qui oggi. Mi scuso, ma purtroppo non ho potuto ascoltare il direttore Mellone e in parte il direttore Corsini perché eravamo a votare in Aula e quindi non potevamo esserci, però ci tenevo a fare alcune domande.

È chiaro che con la nuova legge sulla RAI fanno capo ai direttori di genere le diverse scelte sia dei conduttori che dei programmi, e la prima valutazione che chiedevo a entrambi è se e come ritengono utile fare una parametrizzazione di quello che in realtà viene fatto. Anche nel contratto di servizio potrebbe essere utile creare una parametrizzazione, tranne alcuni programmi specifici che riguardano condizioni particolari, quindi vi chiedevo una valutazione tra *share*, pubblicità e costi, in modo da avere una

cognizione di questo tipo che poteva rappresentare quelle che sono le possibili condizioni di programma.

Al direttore Mellone volevo chiedere, sulla vicenda dei ragazzi, se ha immaginato, o meglio io non ho visto, nel palinsesto un programma per i ragazzi nella giornata, che a mio avviso poteva essere invece una cosa utile, se ritiene di considerarlo per il futuro oppure il motivo per cui non c'è.

A entrambi vorrei chiedere quanti sono i programmi, quanti sono quelli con appalti esterni e quelli con appalti interni.

Altre cose le ha già chieste la senatrice Bevilacqua, per cui, per brevità, provo a sintetizzare e concludo, anche perché abbiamo un'altra Commissione in corso.

LUPI (*NM(N-C-U-I)-M*). Sarò anch'io molto sintetico, Presidente, e quindi, al di là dei ringraziamenti e degli auguri di buon lavoro, passo direttamente alle domande. Magari poi ci farete pervenire il vostro contributo, perché abbiamo tutti Commissioni in corso; era fondamentale però svolgere queste audizioni e tutta la Commissione ci teneva molto.

La prima domanda ne riprende una già fatta, ma la sviluppa. Voi avete una funzione straordinaria nella nuova organizzazione (che poi non è questa, ma quella voluta nella riorganizzazione degli anni scorsi): che potere e che strumenti avete per attuare il contenuto del contratto di servizio? Il contratto di servizio dà dei criteri generali all'Azienda per identificare il servizio pubblico. L'informazione, l'intrattenimento, il *day time* e via dicendo sono gli strumenti con cui quei principi – che qui non ripeto, li conosciamo tutti, li avete elencati, sono elencati nel contratto – devono essere attuati. Voi siete i direttori e sovrintendete. Ebbene, facciamo il caso dell'imparzialità: un programma di inchiesta – uno a caso, « Report », piuttosto che un altro a caso, quello di Sottile – non risponde ai criteri indicati dal contratto di servizio, per cui si paga il canone e c'è un contratto stipulato. Quali strumenti hanno a disposizione i direttori come voi – così come gli altri, intrattenimento, *day time*, eccetera – perché quegli obiettivi, ovviamente insieme con gli altri vertici aziendali, possano essere attuati? È la mia prima domanda; per noi, infatti, la misurabilità e la verifica sono fondamentali e sono nelle vostre mani. Per questo avevamo chiesto anche l'audizione.

Seconda domanda: è evidente che siete in una fase di passaggio e che quindi avete gestito quello che si doveva gestire in continuità, ma anche nel segno di un'innovazione. Vorrei anch'io riprendere una domanda del collega Graziano a proposito di RAI Kids e del fatto che uno dei temi sono i bambini, i giovani, e via dicendo. Ebbene, aver relegato i contenuti ad un canale specializzato secondo me è un errore da parte del servizio pubblico, proprio perché si vuole parlare a loro e proprio perché siamo nel servizio pubblico. Ricordo « L'Albero Azzurro », ricordo alcune grandi trasmissioni che poi hanno determinato una stagione; da questo punto di vista come pensate, nella gestione della transizione, di dare delle impronte nuove? Per esempio, io sono preoccupato che la te-

televisione pubblica non scimmiotti la televisione privata. La televisione privata ha oggettivamente l'obiettivo di rincorrere gli ascolti ed è privata anche per la pubblicità; la televisione pubblica può permettersi di sperimentare. Nel pomeriggio mi sembra che ci sia stato, come dire, un grande scimmiottamento; siccome alcuni programmi erano per così dire imposti dal mercato, la televisione pubblica li rincorreva. Non credo che si debba andare in questa direzione.

L'ultima domanda, che pongo con forza, riguarda esterni e interni, in particolare su un aspetto. Noi abbiamo posto – secondo me in maniera sbagliata; ma su questo sono solo, isolato contro Gasparri – un tetto agli stipendi dei dipendenti della RAI. Mi sembra ci sia una discrasia tra gli interni, che gestiscono o programmi di intrattenimento o programmi di giornalismo, e gli esterni che invece vengono presi per fare programma. Anche questo mi sembra un tema interessante: certo, bisogna stare sul mercato, bisogna prendere i migliori, ma bisogna portarli a patrimonio. Il discorso degli esterni sembra voler dire che c'è un modo più flessibile con cui ovviamente si bypassa, e credo che questo sia il vero problema. Premettendo che la mia posizione è che bisogna premiare il merito e quindi i tetti sono per tutti e non solo per voi; secondo me sono un abominio, ma questo è un mio modesto parere.

**PRESIDENTE.** Grazie. Prima di dare la parola ai nostri auditi, confermo e comunico che le relazioni dei nostri direttori saranno nella vostra disponibilità entro stasera. Quindi, per chi lo ha perso, anche l'intervento del dottor Mellone.

Procediamo con le repliche.

**MELLONE.** Grazie, Presidente, ringrazio tutti per le domande ricevute. Saluto i parlamentari che non c'erano quando ho cominciato la mia non memorabile relazione; non vi siete persi niente.

Mettiamo subito, diciamo così, le mani nel piatto. Ogni direttore ha non solo il diritto, ma anche il dovere di impostare una sua linea di azione editoriale: significa scelta di programma e scelta dei conduttori. Evidentemente sapendo che se un programma va bene o benissimo, se un conduttore è famoso o famosissimo, devi fare dei calcoli costruendo il tuo pezzo di palinsesto. Ripeto, mentre noi prima avevamo un'organizzazione per reti per cui un direttore governava un canale dall'inizio alla fine, adesso – intrattenimento day time su RAI Uno e RAI Due no, però già su RAI Tre, lo vedo anche con il collega Corsini – spesse volte andiamo a macchia di leopardo, per cui ci sono degli incastri di palinsesto che sono più complessi che in passato.

Proprio perché parliamo di palinsesti e ancora di televisione di messa in onda lineare, rispondo ad una domanda dalla senatrice Bevilacqua sul programma « Oggi è un altro giorno » di Serena Bortone. Quello è un programma che intanto non andava visto solo negli ultimi mesi finali di vita, ma nei tre anni di messa in onda. Il primo anno ha fatto poco più del 12 per cento, quindi non ha avuto ascolti eccellenti; il se-

condo anno ha fatto il 14 per cento; quest'anno ha sfiorato il 16 per cento, io penso – non dico soprattutto, ma anche – in considerazione del fatto che il traino in uscita, che è la *fiction* «Il Paradiso delle Signore», che va in onda tutti i giorni con grandissimo successo su RAI Uno, ha aumentato i propri ascolti e quindi ha avuto un traino molto più forte. Visto che si parlava di indicatori, appunto, bisogna sempre analizzare quando si parla di risultato buono o cattivo di un programma dove è collocato, quanto fa il prodotto che viene prima e quanto fa il prodotto che viene dopo; il concetto di traino è molto importante. La scelta da parte della Direzione intrattenimento *day time* è stata intanto una scelta di tipo editoriale, di creare un programma, di mettere in piedi un programma – affidandolo tra l'altro ad una professionista che aveva già coperto quella fascia oraria – ritenuto più coerente, che stiamo costruendo editorialmente tutto all'interno, a partire anche dal titolo; un programma che vogliamo più competitivo su quella fascia e soprattutto che abbia un maggior aggancio con quello che accade dopo, e cioè con l'universo delle *fiction* RAI. Evidentemente sono scelte editoriali; io mi auguro che il programma vada non bene ma benissimo, perché penso che sia interesse dell'Azienda. Relativamente poi a Serena Bortone, è un'ottima professionista, al punto che è andata a coprire, non più nella programmazione di intrattenimento *day time* ma di approfondimento informativo, uno spazio occupato prima da un altro grande professionista, ma esterno. Quindi nel conto interni – esterni in questo caso siamo assolutamente in parità.

Rispondo ora all'onorevole Filini sul concetto di sovranità narrativa che potrebbe essere non dico equivocado, ma che insomma vorrei spiegare. Negli anni passati, per una serie di ragioni, in RAI non sono stati prodotti *format* originali. Non confondiamo: noi facciamo intrattenimento Day Time, come percentuale di produzione interna e produzione esterna siamo al tantissimo e al pochissimo, quindi non abbiamo questo genere di problemi, la stragrande maggioranza delle nostre produzioni sono produzioni interne. Però un conto è produrre un contenitore come «La Vita in diretta», come «Uno mattina», che non è un *format*, è uno spazio di *infotainment*, ma anche i programmi di territorio, che non sono un *format*, perché i *format* prevedono meccanismi narrativi ben delineati. Un *game show* è un *format*, un *reality* è un *format*, un *talent show* è un *format*. Queste cose noi magari le abbiamo prodotte, nel senso che le abbiamo fatte all'interno, prodotte fisicamente, ma comprando le idee fuori. Io credo, allora, che se vogliamo fare veramente servizio pubblico il tema della sovranità c'è. Io vorrei raccontare quello che voglio raccontare ma nel modo in cui lo voglio raccontare, andando sul mercato se mi serve qualche idea, ma con la certezza che non ho assolutamente bisogno di andare all'esterno per cercare idee perché per le idee ho un laboratorio, diremmo una *factory* interna, che ci permette di produrle e di produrle con attenzione a quello che c'è scritto nel contratto di servizio. Noi come direttori abbiamo degli strumenti; stiamo scrivendo all'interno dei processi proprio per delineare il modo in cui si possono produrre all'in-



terno *format* da tutelare legalmente e rendere di proprietà della RAI. Abbiamo dei modi anche, per il contratto di servizio, per far rispettare la linea editoriale. Certo, anche in passato ci sono stati casi di conduttori che sono diventati capi dei loro programmi, che hanno situazioni dirigenziali un po' troppo flessibili o magari pigre, che hanno lasciato o hanno creato degli spazi un po' a macchia di leopardo di libertà. Queste cose vanno anche nell'ambito della Direzione di generi rimesse a posto; va ridato come dire un ordine, stiamo dando un ordine organizzativo all'Azienda dove ci sono dei ruoli precisi, dal direttore fino ai programmisti, ai registi, ai conduttori, abbiamo la possibilità di controllare l'intera filiera produttiva.

Il tema ragazzi: l'ho sentito in due interventi, evidentemente è fondamentale. Ma noi dobbiamo partire dal fatto che oggi i bambini – io ho figli di due generazioni diverse – guardano questo, il telefonino. La televisione l'accendono seguendo quello che si chiama *mirroring*, cioè io mi collego, collego lo *smartphone* alla *smart TV* ma vedo in televisione quello che c'è sullo *smartphone*. Il passaggio alle *smart TV* è questo, cioè il fatto di pensare che comunque quello schermo lì, quell'oggetto, sarà una piattaforma dove poi atterrano contenuti presi dai computer, da *smartphone*, da *tablet*, eccetera. Quindi noi dobbiamo produrre contenuti che siano immediatamente esportabili, contenuti che devono essere fruiti su piattaforma. C'è una visione molto laica: ormai parlare solo di televisione lineare e dire che bisogna mettere alle 9 di mattina un programma per i ragazzi... dobbiamo fare dei prodotti che per una serie di vie traslate... un esempio per tutti, un grande successo, posso dirlo: « Mare Fuori ». « Mare Fuori » è stato un successo televisivo ma è stato soprattutto un successo di piattaforma. Se io vado all'università, ho cento studenti e chiedo: chi di voi ha visto « Mare Fuori », vedo 92 mani alzate. Se chiedo chi lo ha visto in diretta su RAI lineare, ne vedo 10; tutti gli altri lo hanno visto su RAI Play, su piattaforma. Quindi anche noi dobbiamo attrezzarci per produrre contenuti che sopravvivano alla televisione lineare, cioè alla diretta, che creino massa critica di piattaforma, e aumentarli il più possibile. Per questo ho la mia fissa sui *format*; perché devono essere programmi che devono sopravvivere alla messa in onda in diretta. Poi è ovvio che con i contenitori ci riempi 3 o 4 ore e abbatti anche i costi, però non è quello il futuro; noi dobbiamo pensare che siamo già in una fase di transizione importante e significativa. In cui, evidentemente, c'è tutto il racconto del *made in Italy*: è stato detto agli imprenditori. Facciamo già un programma, faccio un esempio, « Linea verde estate », con Confartigianato, che racconta l'artigianato italiano, tante cose con grandissimi ascolti, spiegando che fare l'artigiano è una cosa che non solo rispetta la nostra storia nazionale ma che è bello fare. Le facciamo queste cose; dobbiamo aumentare. Pensiamo per esempio al diverso modello di fruizione delle vacanze: non andiamo più in vacanza per due mesi, ma per una settimana, non c'è più il crollo dell'*audience* l'estate, ormai la platea non crolla più a luglio e agosto; per cui, quando si dice che ci sono troppe repliche durante l'estate, il pubblico ha ra-

gione. Quindi, già dall'anno scorso, ma quest'anno ancora di più, abbiamo aumentato i prodotti originali in estate, anche di diretta; l'anno prossimo faremo un passettino più in avanti, con dei prodotti – non dico cosa – che ci permettano anche fisicamente di andarci a prendere i nuovi *target*. Mi spiego: se vado allo stadio, oppure sulle spiagge, mi trovo nei pochi luoghi dove ci sono nipoti, nonni, parenti, zie, mamme, dove la televisione, i *media*, possono andare a conoscere il proprio pubblico; l'estate dovrebbe servire anche a questo.

Concludendo: siamo arrivati da 50 giorni, aspettiamo il contratto di servizio, aspettiamo di darvi anche una mano a trovare insieme degli indicatori – lo dico da ex studente di statistica – con cui essere misurati, che mettano noi nella condizione di essere misurati e voi come Commissione, come istituzione, di costruire degli indicatori che ci misurino in maniera attendibile. Siamo disponibilissimi a lavorare anche su questo con le istituzioni.

*CORSINI*. Grazie, Presidente, ringrazio tutti per le domande; alcuni temi si sovrapponevano, quindi cercherò di dare delle risposte che tocchino tutti i punti.

Come in tutti i momenti di cambiamento il mercato è mobile e i *competitor* privati sono più aggressivi; ricordiamo i grandi passaggi di Mike Bongiorno o di direttori televisivi come Mentana piuttosto che Mimum in tempi passati, nei tempi della crescita del duopolio. Anche adesso c'è un movimento nel mercato. La RAI è presente in questo mercato, con gli strumenti e i limiti che tutti conoscete. Possiamo sottolineare un fatto: che siamo anche forse l'unico vero elemento di incubazione di volti e di figure professionali nella comunicazione, tant'è vero che vengono acquisite dai *competitor*. In questo movimento del mercato, lo abbiamo visto, c'è stata una fuoriuscita di alcune figure professionali della RAI che ha reso ancor più marcata la nostra azione della riscrittura dei palinsesti nel mese di giugno. In questa riscrittura dei palinsesti c'è stata una valutazione complessiva, fatta e condivisa con la Direzione marketing e la Direzione distribuzione, oltre che con il comitato editoriale che l'amministratore delegato ha istituito per coordinare i generi, con i singoli dirigenti che fanno i programmi e con i singoli conduttori. Quindi, ogni spostamento è stato ragionato e condiviso alla luce delle uscite che ci sono state e dell'offerta che deve dare la RAI.

Nella fattispecie, « Report » è un programma di punta dell'Azienda; aveva in passato una collocazione la domenica, si è valutato che per andare a coprire uno spazio lasciato vuoto, importante in termini di ascolto, la domenica fosse funzionale offrire al pubblico un programma come « Report » valutando con il *marketing*, con la distribuzione, con il conduttore di « Report » e con i dirigenti che lo seguono l'orario di partenza, l'orario di fine, la lunghezza, eventuali traini, eccetera. « Petrolio » – un programma storico, anche questo, un marchio storico della RAI – occupa lo spazio di un altro programma che era condotto da un direttore RAI, Franco Di Mare, ex direttore di RAI Tre; uno spazio che in termini

di *share* mi sembra abbia un 6-6,5 per cento, quindi assolutamente di tutto rispetto, per cui non capisco quando si parla di una collocazione non particolarmente felice. Per di più, proprio per dare peso alla squadra che produce « Petrolio », abbiamo anche proposto nella scheda di prodotto alcune prime serate non già calendarizzate, ma legate a possibili eventi di cronaca o di interesse pubblico, che potranno essere seguite in prima serata da « Petrolio ». Quindi su questo penso di aver risposto.

Da più parti sono stati chiesti i numeri della programmazione della Direzione approfondimento: quest'anno sono 44 distinte produzioni su tutti i canali. Per quanto riguarda il rapporto tra produzione interna ed esterna, immaginavo che questo tema sarebbe stato toccato, è il dibattito degli ultimi giorni: ebbene, ho detto che abbiamo 44 distinte produzioni, di queste solo 7 prevedono la presenza e la contrattualizzazione di società esterne. Quando intendo società esterne parlo di appalti, acquisti e coproduzioni. Quindi, di 44, solo 7. Fra queste ultime 7 gli appalti sono tre, di cui solo uno – la trasmissione « Fame d'amore », sul dramma dell'anorexia – è un appalto totale; gli altri due sono appalti parziali, nei quali è presente evidentemente anche una parte produttiva RAI oltre all'appalto esterno. Questi due appalti parziali nella prossima produzione sono il lunedì sera, su RAI Tre in prima serata, il programma di Salvo Sottile e il programma di Nunzia Di Girolamo. Poi abbiamo due coproduzioni, « Amore criminale » e « Sopravvissuta », e due acquisti, « La cattura » e « Nuovi eroi »; e questo è quanto, per la nostra Direzione. Se vogliamo fare una valutazione in termini di raffronto con l'anno precedente, quindi 2022-2023, le produzioni che hanno previsto la presenza di contrattualizzazioni di società esterne sono state 12, a fronte peraltro di un numero minore di produzioni totali, mi sembra 40. Quindi c'è stata una riduzione consistente del ricorso a società esterne in qualunque forma. Per darvi anche un valore più concreto – il numero di produzioni non è l'unico aspetto che dobbiamo valutare –, in termini di peso dei contratti, nella prossima stagione il peso dei contratti con le società esterne della Direzione approfondimento ammonta a circa 7.200.000 euro, compresi i costi sopra la linea non di pertinenza delle società. Mi spiego, è un po' tecnico: questi 7.200.000 non vanno tutti a società esterne – per fare un esempio, alcuni conduttori di trasmissioni e appalti parziali sono contrattualizzati direttamente da RAI, quindi è una spesa RAI –, non sono quindi soldi che vanno a società esterne, ma parliamo di 7.200.000 euro, mentre le altre 37 produzioni totalmente interne valgono 32.160.000 euro. Anche qui vedete che il rapporto è 80 per cento di investimento su produzioni interne e 20 per cento su produzioni o acquisti o appalti esterni.

Va evidenziato che il genere approfondimento, il mio genere in questo momento, va ad occupare *slot* che prima erano gestiti da altre direzioni e che fra questi vi erano programmi realizzati con produzioni esterne particolarmente onerosi. Ne ricordo uno su tutti, « Che tempo che fa »: quello spazio viene occupato da produzioni della Direzione appro-

fondimento, prima non era della Direzione approfondimento ma era un appalto esterno.

Giornalismo d'inchiesta. L'inchiesta è un genere giornalistico: qualunque manuale di giornalismo quando va ad elencare i generi riporta l'intervista, il *reportage* e quant'altro, e c'è anche l'inchiesta. In RAI viene fatta dalle numerose testate RAI, che hanno, oltre ai telegiornali, rubriche e programmi di approfondimento d'inchiesta (« TV7 », « TG2 Dossier » e quant'altro), e poi viene fatta dalla Direzione approfondimento, è uno dei generi giornalistici che la Direzione approfondimento, oltre a *talk*, *reportage* e via dicendo, implementa. Rispetto alla precedente offerta abbiamo aumentato il numero di ore e di programmi messi in palinsesto: oltre a « Report », che ha aumentato la durata nello spostamento alla domenica, abbiamo « Presa diretta » di Riccardo Iacona; abbiamo « Chi l'ha visto »; abbiamo « Indovina chi viene a cena », che è passato da 4 a 6 prime serate e ha aggiunto 6 rimontaggi con gli aggiornamenti, quindi un aumento di Sabrina Giannini sostanzioso, e poi abbiamo il nuovo programma di Salvo Sottile. Quindi direi che complessivamente quello che è tecnicamente offerta per il giornalismo d'inchiesta è decisamente aumentato. Poi abbiamo « Petrolio » che è un programma *borderline* che comunque fa anche inchieste e quant'altro.

Per quanto riguarda infine la questione della parametrizzazione tra *share*, costi e pubblicità, l'ho detto anche nella mia relazione che l'onorevole Graziano non ha avuto modo di sentire, ci sono alcuni prodotti come appunto il giornalismo d'inchiesta che hanno necessità di avere risorse certe e svincolate dal mercato per poter essere efficaci. È chiaro che se c'è un'inchiesta rispetto a determinate azioni di privati, quei privati non saranno allettati ad investire in termini pubblicitari a ridosso di quel programma. Le risorse RAI non sono – c'è stato un lungo dibattito su questo tema – chiaramente differenziate. C'è stato un periodo, proprio qui in Vigilanza, in cui si parlava di bollinare i programmi interamente finanziati con il canone e quant'altro. È un dibattito che spetta alla Commissione di indirizzo e vigilanza. Però è chiaro che risorse certe permettono di sviluppare anche programmi come il giornalismo d'inchiesta che in qualche modo sono svincolati sia dalla ricerca dello *share* in senso stretto, sia dall'aspetto della raccolta delle risorse, sia dall'aspetto del consenso in termini di consenso diffuso, perché un'inchiesta ha un peso importante a prescindere dal pubblico che nel momento in cui viene messa in onda riesce a raccogliere.

Sulla questione della retribuzione degli esterni, non è materia di mia stretta competenza; sulla questione della valutazione ricordo che proprio nel contratto di servizio ci sono alcuni strumenti, curati dal *marketing*, relativi al monitoraggio dell'offerta e alla qualità stessa, in relazione a cui noi poi andremo a fare le valutazioni delle scelte fatte nel palinsesto, oltre alle correzioni in corso d'opera; perché comunque ci sono vari passaggi, questo è il palinsesto autunno-inverno ma come sapete dopo la pausa natalizia ci sono gli opportuni accorgimenti rispetto alle valutazioni che possono essere fatte.

Sul controllo editoriale, abbiamo un controllo diretto come direttori; nei prossimi giorni nomineremo i nostri vice direttori e capi struttura che sono quelli che realmente seguono in maniera diretta i programmi; abbiamo tutti poi gli organismi aziendali di controllo che servono per poter rispondere in maniera adeguata a un controllo editoriale che sia il più attento possibile. Vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Ringrazio gli auditi per il loro contributo ai nostri lavori; aspettiamo le vostre relazioni scritte.

Dichiaro conclusa l'odierna procedura informativa.

*I lavori terminano alle ore 14,45.*





