



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XIX LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 12

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

AUDIZIONE DELLA DIRETTRICE DI RAI FICTION, DEL  
DIRETTORE DI RAI KIDS E DEL DIRETTORE DELLA  
TESTATA GIORNALISTICA REGIONALE

14<sup>a</sup> seduta (notturna): martedì 25 luglio 2023

Presidenza della presidente FLORIDIA Barbara

## INDICE

## Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

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

## Audizione della Direttrice di Rai Fiction, del Direttore di Rai Kids e del Direttore della Testata giornalistica regionale

PRESIDENTE:		AMMIRATI, <i>Direttrice di Rai Fiction</i> . Pag. 3, 18
- FLORIDIA Barbara (M5S), <i>senatrice</i> . . . Pag. 3,		MILANO, <i>Direttore di Rai Kids</i> . . . . . 6, 21
	6, 9 e <i>passim</i>	CASARIN, <i>Direttore della Testata giornalistica regionale</i> . . . . . 9, 24
BAKKALI (PD-IDP), <i>deputata</i> . . . . . 13		
BERGESIO (LSP-PSd'Az), <i>senatore</i> . . . . . 15		
DALLA CHIESA (FI-PPE), <i>deputata</i> . . . . . 17		
GELMINI (AZ-IV-RE), <i>senatrice</i> . . . . . 15		
LISEI (FDI), <i>senatore</i> . . . . . 18		
LUPI (NM(N-C-U-I)-M), <i>deputato</i> . . . . . 13		
NICITA (PD-IDP), <i>senatore</i> . . . . . 12		
ORRICO (M5S), <i>deputata</i> . . . . . 11		

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

Segle 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.

Segle 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 la dottoressa Maria Pia Ammirati, Direttrice di Rai Fiction, il dottor Luca Milano, Direttore di Rai Kids, e il dottor Alessandro Casarin, Direttore della Testata giornalistica regionale, accompagnati dalla dottoressa Angela Mariella, Direttrice relazioni istituzionali e dal dottor Claudio Lanza della Testata giornalistica regionale.*

### **Presidenza della presidente FLORIDIA Barbara**

*I lavori hanno inizio alle ore 21,05.*

*(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 e la trasmissione in diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

Avverto che con riferimento all'audizione odierna verrà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

#### **Audizione della Direttrice di Rai Fiction, del Direttore di Rai Kids e del Direttore della Testata giornalistica regionale**

**PRESIDENTE.** L'ordine del giorno reca l'audizione della dottoressa Maria Pia Ammirati, direttrice di Rai Fiction, del dottor Luca Milano, direttore di Rai Kids, e del dottor Alessandro Casarin, direttore della Testata giornalistica regionale, che saluto e ringrazio per aver accettato l'invito a partecipare ai nostri lavori.

Lascerei immediatamente la parola ai nostri ospiti; premetto solo che per noi è importante riuscire a creare un rapporto di sinergia con il mondo RAI affinché la nostra Commissione non sia solo di vigilanza, ma anche di complicità con quello che è per noi un servizio pubblico necessario e importante che dobbiamo aiutare a proteggere.

Do pertanto la parola alla dottoressa Maria Pia Ammirati, pregando di contenere i vostri interventi nell'arco di cinque o sei minuti per avere poi il tempo di porre alcune domande.

**AMMIRATI.** Signora Presidente, ringrazio dell'invito lei, le onorevoli commissarie e gli onorevoli commissari. È un piacere essere qui, è un

piacere poter interloquire con voi e soprattutto affrontare temi per noi importanti che sono legati naturalmente al servizio pubblico e al suo rapporto con le istituzioni.

Potrei, come mi capita di solito, fare un'amabile chiacchierata, se voi siete d'accordo naturalmente, su che cosa è Rai Fiction e la relativa direzione e inoltre, nel caso specifico visto che siamo stati chiamati per questo, qual è il rapporto tra la produzione filmica e audiovisiva del nostro Paese, in particolare per quanto riguarda i film e le serie TV di cui mi occupo, e il nuovo contratto di servizio.

Possiamo affermare quasi con certezza che il racconto che ogni giorno costruiamo, scrivendolo, producendolo, pensandolo e poi mandandolo in onda, si interseca in qualche maniera con tutti i punti del contratto di servizio. È un po' come se attraversasse tutti gli articoli, e non solo l'articolo 14, che parla dell'audiovisivo e degli obblighi di legge che dettano la quantità nonché la qualità del prodotto. Ci sono poi dei punti cardine che fanno della nostra *fiction*, secondo me, anche un *unicum*. Non per niente noi siamo i più grandi produttori di serialità del Paese, per il quale produciamo il 74 per cento di tutto l'audiovisivo. I punti sono l'autorevolezza, la qualità, la quantità del prodotto e l'importanza di esso sui giovani e sulla costruzione del racconto che si fa per le nuove generazioni. Naturalmente c'è un rapporto con le tecnologie, quindi il passaggio da *broadcaster* a *digital media company* è ancor più fondamentale. Il nostro, infatti, è un prodotto avanzato anche a livello tecnologico. Dal punto di vista delle tecnologie pure, produciamo materiale originale *digital*. Mi riferisco in particolare alle serie che produciamo per RaiPlay, la nostra piattaforma proprietaria, ma anche per tanti altri.

Non possiamo dimenticare l'importanza dell'inclusività nel nostro racconto. Inclusività significa rispetto di tutte le culture che appartengono a questo Paese, che è ricco di cultura e di culture. Quindi parliamo di diversità, inclusività, rapporto con i giovani, rapporto con le nuove tecnologie, digitalizzazione, innovazione.

Uno dei temi importanti della *fiction* è l'innovazione del linguaggio, chiaramente; altrimenti saremmo rimasti ai vecchi sceneggiati, agli anni Cinquanta, Sessanta e Ottanta. Da sempre noi siamo produttori-*leader* nel Paese, riconosciuti nel mondo come grandi narratori. Basti ricordare i « Promessi Sposi » o l'« Odissea ». Però è passato molto tempo, quindi abbiamo rispetto per la tradizione, ma grandi capacità di evoluzione. Adesso vedo di fronte a me una persona importante per questi ultimi mesi anche per la *fiction*, perché noi abbiamo prodotto per esempio « Il nostro Generale » che parla del generale Dalla Chiesa, che è stato un eroe importante di questo Paese. Con quella serie abbiamo narrato non solo il personaggio, ma uno spaccato importante della storia che drammaticamente ha colpito il nostro Paese.

Dico questo perché poi la varietà dei generi che produciamo rispecchia una qualità di prodotto che si riverbera anche su quello che, secondo me, è forse il principale dei connotati che dobbiamo tenere presente. Quando parliamo di *fiction* italiana targata Rai, quindi servizio pubblico,

sappiamo che andiamo a colpire non un pubblico, ma tanti pubblici. Posso fare l'esempio di « Mare Fuori », di quella che probabilmente è la cosa più clamorosa che abbiamo inventato in questi ultimi anni, venduta in 40 Paesi e adattata probabilmente da HBO. Vi dico solo che gli Stati Uniti non hanno mai adattato nulla di italiano, tranne « Doc », che è un capolavoro *medical* che è riuscito a varcare i nostri confini, le soglie di quello che una volta era uno strapaese, tutto legato a un mondo narrato al proprio interno. Oggi noi siamo *leader* anche fuori dall'Italia; vendiamo, siamo riusciti in questi ultimi anni a guadagnare, ad avere dei ricavi dalla vendita delle nostre *fiction* all'estero.

Il nostro pubblico ci segue tantissimo. La media d'ascolto è il 24 per cento, il che significa che si collegano in media 4 milioni di persone, ma ci sono anche grandi successi come « Doc » che ha avuto uno *share* del 31 per cento. Mi riferisco per esempio alle grandi narrazioni femminili. A proposito di inclusività, pensiamo che un altro punto di vista fondamentale di racconto del Paese riguardi il racconto delle donne per come sono oggi, del mondo femminile per come è cambiato negli ultimi anni, per come riesce ad imporsi anche nel mondo del lavoro. Alcuni titoli: « Mina Settembre », con tutto il suo *côté* di napoletanità bella, oppure « Lolita Lobosco », con Luisa Ranieri, o ancora « Imma Tataranni », per fare tre grandi esempi di donne straordinarie, tre donne diverse che aderiscono alla realtà di un mondo che non vuole vedere le donne solamente come volto consolatorio della società, ma finalmente che cambiano il mondo e cambiano anche la nostra Italia. Da questo punto di vista credo che Rai Fiction stia facendo un grande lavoro; e il grande lavoro è innovare ogni giorno i propri linguaggi e fare anche un'altra operazione, credo anche questa riuscita, per raccontare l'Italia non come un paesaggio statico. L'Italia è mille territori: l'Italia è i borghi, l'Italia è la collina, l'Italia è il mare e le coste, l'Italia è le varie culture del Paese. E questo noi lo rappresentiamo benissimo, andando in tanti territori diversi e prendendo come scenari delle nostre serialità luoghi differenti. Non esiste un luogo d'Italia dove noi non siamo stati. O meglio, in realtà esiste: Campobasso, il Molise, che è una mia sfida, devo andare anche lì. Quando noi andiamo nei territori, infatti, creiamo economia, in molti modi, perché portiamo grandi strutture produttive, ovviamente, ma anche perché portiamo anche economia di lavoro. Da questo punto di vista un esempio importante è la Campania che attraverso « Un posto al sole », attraverso « Mare fuori », « Mina Settembre » e il cinema naturalmente, che è un altro importante genere che opera sui territori, sappiamo che oggi è anche più ricca, più promossa, più bella. Questo succede un po' dappertutto. Succede anche nelle grandi città: noi giriamo a Milano, a Torino, a Roma. Siamo capaci di stare sui territori, sui luoghi, sulle culture, con un presidio quasi industriale, perché dobbiamo tenere conto di un altro punto: noi siamo industria. Siamo l'industria *leader* del Paese nel settore audiovisivo, perché produciamo il 74 per cento di tutto il prodotto audiovisivo. Significa che senza di noi quel tipo di industria avrebbe grossi problemi. Da questo punto di vista, quindi, riprendendo quanto detto al

principio e concludendo, ribadisco la convinzione che la *fiction* Rai e la serialità in qualche maniera abbiano quasi tutti i punti di contatto con il contratto di servizio, e di questo siamo contenti.

PRESIDENTE. La ringrazio. Do ora la parola al dottor Milano.

MILANO. Signor Presidente, onorevoli commissari, innanzi tutto desidero ringraziarvi per avermi invitato, in un momento in cui per l'offerta per ragazzi siamo al centro del tema del servizio pubblico, perché un grande servizio pubblico televisivo ha nel cuore l'offerta per bambini e ragazzi, in cui il divertimento e la formazione si integrano.

Com'è noto, è un periodo di grande evoluzione e questo anche il contratto di servizio lo sente. Ci sono state varie fasi: prima c'era la TV per ragazzi dentro i canali generalisti; poi, da quasi vent'anni, sono nati i canali specializzati per bambini e per ragazzi; adesso l'offerta si è ampliata da molto tempo con il *web*, i *social* e i videogiochi, quindi la vera concorrenza forse non l'abbiamo tanto negli altri canali televisivi, quanto in tutto questo mondo di opportunità che si è aperto per i ragazzi.

Abbiamo una struttura simile a quella di altri servizi pubblici europei: in particolare, come la BBC, abbiamo due canali televisivi (uno per i bambini più piccoli, Rai YoYo, e uno per i ragazzi un po' più grandi, Rai Gulp) e un'offerta in crescita sulle *app*, con una specializzata (Rai Play YoYo), che è chiusa, da cui non si può uscire, senza pubblicità e molto attenta alla protezione e alla tutela dei bambini più piccoli, che cominciano a ricevere uno *smartphone* per vedere le cose già a due anni (quindi la tutela e l'attenzione sono importanti); nello stesso tempo, anche su RaiPlay c'è un'offerta che sta veramente crescendo.

Noi abbiamo tre finalità principali. La prima è quella editoriale, volta a proporre ai ragazzi, ai bambini e alle famiglie la migliore offerta disponibile al mondo per la loro crescita e il loro divertimento.

La seconda è più industriale e di supporto del talento: produrre storie con gli autori, i talenti e i produttori indipendenti italiani. Questa è un'attività che svolgiamo da tempo: il settore dei cartoni animati in Italia è forte come non mai e lo è perché la Rai investe; nel bene e nel male – in questo caso, direi quasi nel male, perché mi piacerebbe ci fosse qualcosa anche da parte degli altri – siamo l'unico vero committente di cartoni animati in Italia e le tante scuole di animazione, di grafica e di *design* che ci sono, che ogni anno fanno nascere nuovi laureati in queste materie, hanno finalmente la possibilità di lavorare in un tessuto di imprese che è partito tra Torino e Milano e poi si è diffuso in tutto il territorio, in cui i professionisti possono lavorare con creatività mettendo a frutto la loro preparazione.

La terza finalità è l'innovazione. Stiamo cercando di cambiare e di entrare anche in nuovi linguaggi, con le produzioni nel formato 9:16 anziché 16:9, con i tanti tipi di forme di interattività che si possono sviluppare.

È anche un periodo in cui siamo in una fase storica particolare. Abbiamo molto vissuto e siamo stati segnati in generale dalla pandemia. In

quel momento, l'attenzione particolare della TV dei ragazzi – io ero appena arrivato nel settore – è stata di riportare molto l'attenzione sul tema della coesione sociale, del non sentirsi soli e quindi poter comunicare anche con tante dirette, e, nello stesso tempo, della didattica. Questa fase è finita, fortunatamente, ma c'è una nuova attenzione nella direzione di riuscire a dare fiducia: forse, se c'è una parola chiave nella nostra offerta e nelle nostre produzioni attuali, è proprio la fiducia in un contesto in cui ci sono tanti bambini e ragazzi che sono soli e vivono a volte l'isolamento in casa, oppure, al contrario, si ritrovano addirittura in momenti di aggressività per reagire alle difficoltà del periodo *post* pandemia che, come sapete, ha lasciato anche segni psicologici importanti. Quindi, la fiducia in se stessi, nelle proprie potenzialità e negli altri è importante, anche per tentare di ridurre la grande quantità di cinismo che arriva da tante altre parti, così come la fiducia nel domani e nel fatto che non è detto che il mondo futuro, in cui cresceranno, sarà necessariamente peggiore di quello da cui vengono.

In sintesi, tutto questo lo vediamo con due offerte distinte: una per i più piccoli, racchiusa nel canale Rai YoYo, che è bellissimo, perché è il primo che i bambini conoscono. Anche qui, nelle famiglie in cui ci sono bambini per casa, magari è il canale che viene visto di più; dopodiché, finito quel periodo, non lo vede più nessuno. Ha quindi un pubblico che cambia ed è difficile raccontare il lavoro che viene fatto, perché è seguito fondamentalmente da una fascia limitata di attenzione.

Noi produciamo i programmi originali Rai nel centro di produzione Rai di Torino: un luogo ormai specializzato, con una rete di competenze molto importante, che tiene vivo e in costante sviluppo un centro di produzione tanto importante per la storia della Rai. Abbiamo le produzioni di acquisto internazionale e le co-produzioni di cartoni animati, di serie *kids* e di *fiction* per ragazzi.

I cartoni animati non sono solo quelli internazionali – e cerchiamo di avere i migliori – ma molti sono anche italiani (« Pinocchio and Friends », « La nuova Pimpa », « Topo Tip »); spesso li prendiamo partendo dai libri dell'editoria per ragazzi, che sono una realtà molto forte nel nostro Paese e la base per tanti tipi di racconto. Nei piccoli episodi di queste storie parliamo di amicizia e di fiducia negli altri, di superare gli ostacoli e di risolvere i problemi insieme, più che di competitività, che porta chi arriva prima ad essere vincente o al contrario perdenti, come invece accade in tante serie americane.

Il tema della diversità e dell'inclusione è per noi importante. Alla Camera dei deputati, insieme alla ministra Locatelli, abbiamo presentato da poco un cartone animato intitolato « Il mondo di Leo », incentrato su un bambino con autismo, che ne è il protagonista: è stato scritto apposta per i bambini con autismo ed è stato messo al centro del palinsesto pomeridiano, tanto che è stato visto da tutti. Si tratta quindi di un momento di inclusione non solo nel racconto, ma anche per com'è stato presentato, perché tutti ne possano parlare.



Abbiamo cartoni animati in lingua dei segni (siamo i primi ad averli realizzati); il tema dello sport e dell'educazione al movimento è presente in tante serie che mandiamo in onda; la buona alimentazione è presente in una serie premiata recentemente, « Food Wizard », fatta da Luisa Raineri e dalla società Mad Entertainment SpA di Napoli. Vi sono poi la parità di genere, la lingua inglese e l'attenzione alla lingua italiana. Credo che se ci fosse un concorso per quanti congiuntivi si usano Rai YoYo sarebbe sicuramente il canale vincente, perché effettivamente c'è molta cura sotto questo profilo: le tante edizioni di cartoni animati stranieri, che adesso arrivano doppiati tramite l'intelligenza artificiale, vengono tutte quante riviste e rifatte, perché la prima cosa è avere una lingua italiana ricca, piena di vocaboli e di termini e naturalmente corretta.

Concludo velocemente, parlando dei ragazzi e dei preadolescenti. È un campo più difficile: il canale Rai Gulp, come tutti i canali per questa fascia d'età, dai sette o otto anni in su, affronta un pubblico che guarda molto meno alla televisione lineare. In questo periodo sono il presidente del gruppo *kids media* delle televisioni pubbliche europee: alcuni nostri colleghi stanno chiudendo i canali per i ragazzini sugli 8-12 anni per concentrarsi sul digitale. Noi non siamo in questa situazione, ma è vero che è un'età di cambiamenti. Qui, sempre con cartoni animati, serie e programmi originali, cerchiamo di educare a crescere come cittadini consapevoli, educare lo spirito critico e cercare di dare il concetto di *media education*. Se cioè con il telefonino e il televisore connesso possiamo vedere tutto quello che si vuole – e nei fatti questo succede – bisogna avere gli strumenti per poter decodificare e potersi presentare, e abbiamo fatto qualche programma su questo.

Le stesse *fiction* per ragazzi, che prima trattavano solo di musica e di innamoramento a scuola, affrontano anche temi delicati come il *sexting*, l'integrazione di una ragazzina afgana nelle scuole italiane o persino il modo in cui identificare situazioni sospette che possono portare a molestie sessuali da parte di persone conosciute.

Altri temi sono lo sport, l'educazione alimentare, l'immagine di sé e la stessa promozione dell'immagine dell'Italia: abbiamo una serie che sta per andare in onda dal titolo « Home sweet Rome », che racconta di una ragazzina americana che viene a studiare a Roma, che viene vista in America, dalla BBC, in Germania e in Canada e sarà veramente un modo per mostrare la bellezza di scegliere di studiare a Roma.

La celebrazione della Giornata della memoria è un appuntamento per noi importante; presentiamo i modelli positivi degli Alfieri della Repubblica, che il Quirinale riconosce e ogni volta hanno modo di essere presentati agli altri.

C'è poi l'informazione, un'esigenza di quest'ultimo periodo. Insieme a Rai News abbiamo previsto due appuntamenti settimanali con il TG Kids, nel quale cerchiamo un po' di spiegare quello che succede. Lo scorso anno in collegamento da Palermo con la TGR abbiamo realizzato il programma « Parole di pace, parole di guerra » per aiutare a capire che cosa voleva dire vedere tutti i giorni una guerra sui nostri schermi.



L'ultima parola riguarda la sostenibilità. Molti dei nostri programmi parlano del futuro: ad esempio, abbiamo cominciato a fare le previsioni del tempo per i ragazzi tutti i venerdì, ogni *week end* con il programma « Green meteo », collegandolo con i temi della sostenibilità e della tutela dell'ambiente. Il prossimo programma, che è l'ultimo che cito, dal titolo « Clorofilla », sarà prodotto a Torino in uno studio virtuale insieme al centro di ricerche tecnologiche della Rai sul tema dell'educazione alla botanica, per perdere la cecità vegetale che abbiamo, per cui moltissimi ragazzi non riconoscono più le piante, con l'obiettivo di favorire invece un rapporto più stretto ed emotivo.

Vi ringrazio per l'attenzione.

PRESIDENTE. Grazie a lei, dottor Milano.

Do ora la parola al dottor Casarin, direttore della Testata giornalistica regionale.

CASARIN. Signora Presidente, mi consenta di iniziare questo mio intervento dicendo che vedo qui oggi volti che mi fanno tornare giovane, a cominciare dall'onorevole Lupi, che ho conosciuto nel 1993, mentre l'onorevole Gelmini è arrivata dieci anni dopo.

Rubo un minuto del mio tempo per salutare l'onorevole Dalla Chiesa, con la quale non ci conosciamo, ma la cui presenza mi emoziona. Sono cresciuto come giornalista a Varese – scusate l'emozione – ed è stato il maresciallo Umberto Enrico a insegnarmi a fare il mio mestiere. Per un anno non l'ho più visto; quando è tornato a Somma Lombardo mi ha detto: « Sono stato in via Mascova. Ho fatto l'assistente al generale Dalla Chiesa. Mi ha chiesto di seguirlo in Sicilia, ma io ho una famiglia ». Non so se lei lo ha conosciuto, onorevole Dalla Chiesa; mi scuso ancora per l'emozione, ma era da tempo che volevo conoscerla. Era uno di quei classici marescialli che ti chiamavano sul telefono fisso e poi, quando ti vedevano arrivare sul luogo dell'incidente, ti dicevano: « Ma Casarin, come facevi a saperlo? ».

Per quanto riguarda l'audizione odierna, con riferimento al contratto di servizio ho trovato due argomenti interessanti: le *fake news* e il digitale.

Nell'ultimo anno la Rai ha organizzato un corso di nove mesi sulla disinformazione e le *fake news*. La TGR conta 850 giornalisti, l'80 per cento dei quali ha partecipato a questi corsi ed è la percentuale più alta fra quelle riferite a tutte le testate giornalistiche della Rai.

Prossimamente l'Azienda prevede anche un corso sull'intelligenza artificiale, e questo è il vero snodo dell'informazione. A questo proposito devo dare atto del successo alla direttrice Paterniti, che ha seguito da vicino questo corso e ci ha messo l'anima: all'inizio io non ci credevo, invece ce l'ha fatta.

Per quanto riguarda il digitale, da circa un anno le nostre 24 redazioni sono *online* perché oltre alle redazioni italiane abbiamo quella slovena, quella tedesca e quella ladina.

Vi leggerò ora alcune cifre veramente impressionanti, che ho riferito anche all'Agcom in occasione di un'audizione informale, per dire la potenza che ha ormai la rete. In particolare, ho denunciato la libertà di pubblicazione dell'*online* il sabato e la domenica durante il silenzio elettorale. Il presidente Lasorella ieri mi ha fatto sapere che, grazie ai suoi poteri, da settembre tutte le testate giornalistiche *online*, come le televisioni, dovranno rispettare il silenzio elettorale. Come ho chiesto a lui, chiedo anche a voi, quando affronterete la riforma della *par condicio*, di entrare nel merito della pubblicazione dei sondaggi contro lo *stop* degli ultimi quindici giorni, perché tanto li abbiamo tutti, e di evitare che dal Belgio la domenica pomeriggio arrivino i risultati, i « cavalli ».

Per chiudere la parentesi sulla *par condicio* – come ho detto al presidente Lasorella e dico a voi – il sistema va riformato perché c'è il trucco, e mi spiego. I telegiornali pomeridiani rispetto a quelli della sera fanno 1-1,5 milioni di telespettatori, però il tempo viene calcolato allo stesso modo; anzi, c'è chi usa il trucco che nel TG delle 16 o delle 17 butta dentro e nessuno se ne accorge. Questo è.

Infine – e qui parlo per esperienza, ricordando quando facevo il giornalista in Lombardia, ma ancora adesso il problema si ripete – c'è la questione dei processi. Io ero obbligato a non intervistare il povero avvocato Ghedini perché da senatore, secondo l'Osservatorio di Pavia, quel tempo veniva riferito a Forza Italia. Lo stesso problema lo abbiamo adesso in Sicilia con i processi al ministro Salvini: se si intervista l'avvocato Bongiorno, l'Osservatorio di Pavia calcola il tempo di quella intervista riferendolo alla Lega. Non è giusto. È un diritto alla difesa che viene soppresso.

Per quanto riguarda i contatti *web*, nei primi sei mesi dell'anno – da gennaio a giugno 2023 – i nostri 24 siti hanno registrato ben 57 milioni di visite, con un aumento del 140 per cento rispetto ai sei mesi dell'anno scorso. Per questo devo ringraziare l'ex amministratore delegato Carlo « Napoleone » Fuortes che ci ha dato uomini e mezzi per potenziare i siti *web*, con un'assunzione e una nomina di capo servizio.

I contenuti consultati nei primi sei mesi di quest'anno sono stati 85 milioni, con un aumento del 109 per cento rispetto all'anno scorso. Gli accessi sono stati effettuati da oltre trenta milioni di dispositivi – PC, *smartphone* e *tablet* – con un aumento del 152 per cento. In sostanza, nei primi sei mesi abbiamo raggiunto 26 milioni di italiani che hanno fruito dei nostri video. Da questo dato si evince l'importanza dei contenuti *online*. Spesso si fanno baruffe sui *talk* che vengono visti dal 3 o 4 per cento degli italiani; poi vai a vedere i *click* dell'*online* e ti chiedi di che cosa stiamo parlando.

Noi abbiamo 24 redazioni. Vi devo dire che rispetto a quando sono entrato ormai lavorano tutti dalle sette alle dieci ore. Io sono entrato nel 1987, c'erano Craxi e De Mita, la senatrice Gelmini non era ancora nata forse; vi devo dire che comunque si lavora e si lavora tanto.

Dalla Commissione di vigilanza ci aspettiamo un aiuto soprattutto sulla *par condicio*, perché è veramente una museruola: ad esempio dob-

biamo fare i salti mortali in certe Regioni – ormai sono diventate poche – dove c'è il monocolore, sia in Regione che nel capoluogo: Toscana ed Emilia-Romagna. I colleghi devono fare i salti mortali perché con la legge elettorale attuale il Presidente della Regione e il sindaco del capoluogo parlano quasi tutti i giorni e non si può ogni volta andare a cercare il capogruppo di opposizione. Fortunatamente, in Lombardia la Regione e il Comune sono diversi, in Piemonte *idem*; mentre in Veneto e anche nel Friuli-Venezia Giulia c'è questo problema, sono governati dal centrodestra e trovare sempre un bilanciamento è veramente difficile.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti per i loro interventi. Cedo ora la parola ai colleghi che intendono porre domande.

ORRICO (M5S). Grazie, Presidente, non pensavo di essere la prima ad intervenire, ma sono contenta di esserlo. Ringrazio e saluto la dottoressa Ammirati, il dottor Milano e il dottor Casarin. Inizierò dalla dottoressa Ammirati e dal dottor Milano perché dal mio punto di vista il contratto di servizio della Rai, in merito all'articolo 14 e all'industria dell'audiovisivo, potrebbe contenere qualche elemento in più per spingere e stimolare maggiormente la Rai ad investire sulla produzione cinematografica e audiovisiva indipendente italiana.

Innanzitutto vorrei capire, con riferimento a Rai Fiction, qual è la relazione di Rai Fiction con le *film commission* regionali e se c'è quindi un lavoro di collaborazione per ricercare i talenti emergenti nel cinema indipendente italiano che possano essere fucina o vivaio per gli investimenti di Rai Fiction. Vorrei anche capire come avviene la scelta del prodotto audiovisivo su cui Rai Fiction decide di investire. Per esempio, vorrei sapere se lei stessa non ritenga opportuno che all'interno del contratto di servizio vi sia un indirizzo per valorizzare maggiormente quei prodotti audiovisivi, ovviamente di qualità, realizzati dalle donne, sapendo quanto sia difficile nell'industria dell'audiovisivo che alcuni mestieri, come quello della regia, il mestiere autoriale o del direttore di fotografia, vengano esercitati dalle donne. Mi chiedo quindi se non sia il caso di dare un indirizzo a Rai Fiction affinché si abbia un occhio di riguardo nei confronti dei prodotti audiovisivi quando questi sono presentati da donne.

Vorrei poi sapere quale rapporto esiste con la piattaforma Rai Play, perché lei faceva riferimento a « Mare Fuori » che è diventato effettivamente un *cult* nel momento in cui è passato su Netflix; vorrei quindi conoscere il ruolo che una piattaforma diversa da quella della Rai ha avuto nello spingere una produzione così importante.

Ovviamente sul tema della scelta dei prodotti sui quali investire rivolgo la stessa domanda al dottor Milano. Sono molto contenta di apprendere che si fa un lavoro molto interessante per promuovere il talento italiano, soprattutto di quei giovani che decidono di lavorare in questo settore. Anche in questo caso mi domando quale sia la procedura di selezione dei prodotti che poi vengono effettivamente messi in onda da Rai Kids.

Infine, per quanto riguarda il TGR, al dottor Casarin vorrei chiedere se non ritiene che il ruolo del TGR possa essere, a differenza dei TG nazionali, anche quello di promuovere e raccontare le positività che esistono in maniera capillare sui territori regionali, piuttosto che concentrarsi per l'80 per cento, se non di più, sulla cronaca nera. Faccio l'esempio, ovviamente, della mia Regione, la Calabria, dove purtroppo la cronaca giudiziaria, la cronaca nera, è dominante, ma di fatto il TGR potrebbe, secondo me, avere un ruolo differente, provando anche a raccontare ciò che di positivo esiste in una Regione e quindi provando ad invertire la narrazione che spesso viene fatta di alcuni territori italiani.

NICITA (*PD-IDP*). Signora Presidente, da parte mia solo poche battute. Intanto complimenti per il lavoro sia di Rai Fiction che di Rai Kids, perché effettivamente è vero che ci sono diversi programmi che accompagnano i genitori fino ad un certo punto, cioè fino al punto in cui i figli vogliono essere accompagnati dai genitori, poi quella stagione finisce ed effettivamente ne inizia un'altra nella quale, come avete detto voi e come hanno detto anche il direttore generale della Rai e l'amministratore delegato c'è uno sforzo, che si ripercuote in parte anche sul contratto, dal punto di vista della distribuzione digitale, cioè di come raggiungere nuovi pubblici che tendono a sfuggire alle programmazioni tradizionali. Da questo punto di vista una domanda generale, che rivolgo ad entrambi, sia sulla parte riguardante la *fiction*, sia sulla parte riguardante il settore *kids*, è esattamente come vedete, dal punto di vista delle risorse, sia puramente economiche, sia professionali, la capacità attuale della Rai e, in particolare, sulla parte di Rai Fiction, di coinvolgere tanti autori, anche giovani. Sappiamo infatti che c'è da sempre un tema importante sul rapporto tra autori e produzione-distribuzione.

Sulla parte invece della Rai regionale, finisco con una battuta da ex commissario Agcom che per sei anni ha fatto questo mestiere. Sono d'accordo sul fatto che quell'impostazione della *par condicio* vada superata; il trucco peraltro non è così banale, nel senso che anche i commissari Agcom nel tempo si sono evoluti, per cui molte delle delibere che facciamo anche in Commissione di vigilanza Rai distinguono le fasce orarie proprio per evitare quel tipo di computo complessivo. Dopodiché c'è un tema importante che non è oggetto del contratto ma riguarda maggiormente la postura, che poi dipende anche dalla capacità redazionale, dalla responsabilità editoriale e dall'esperienza delle persone: non si tratta di fare il bilancino, ma di dare un racconto della cronaca, quando e dove possibile. Penso che nessuno di noi ami il « panino » a tutti i costi, l'importante è trovare un equilibrio: credo che questa Commissione in futuro, dopo il contratto, potrà affrontare un tema di aggiornamento della *par condicio* – e sarà la Presidente a discuterne in Ufficio di Presidenza – mentre sulla disinformazione la bozza di contratto punta molto anche in relazione al nuovo articolo 4 del TUSMA, con riferimento cioè all'obbligo non solo di informare, ma anche di contrastare attivamente la disinformazione.

BAKKALI (*PD-IDP*). Grazie, Presidente. Rispetto a Rai Yoyo e a Rai Gulp, l'ambito dell'infanzia e dell'adolescenza credo che debba essere il tema prioritario, anche nel lavoro che verrà svolto sul contratto di servizio. In tale ambito pongo due questioni soltanto, sulla povertà educativa e sul confronto tra le professionalità, sotto forma di domanda, nell'incontro con la tradizione pedagogica del nostro Paese, per comprendere come si confronta la parte editoriale con il patrimonio pedagogico che esprime il nostro Paese, nelle nostre scuole, nell'ambito della fascia d'età da 0 a 6 anni. Penso a un progetto come « Nati per leggere », visto che è stata citata la letteratura per l'infanzia, e alla collaborazione con la pediatria: quando mi occupavo di asili nido e scuole dell'infanzia nel mio Comune questo era uno degli ambiti che curavamo di più anche nell'incontro con le famiglie, soprattutto quanto al tema delle diversità, dell'accoglienza e dell'inclusività dei nostri servizi.

Sul tema Rai Fiction proseguo a partire da questo punto, nel senso che, rispetto al numero che ha dato, ovvero la produzione del 74 per cento di tutto l'audiovisivo del Paese, credo abbiate un ruolo e una responsabilità enormi nell'innovazione del linguaggio e della rappresentazione delle diversità di questo Paese: e non penso solo al genere, ma anche alle categorie sottorappresentate e a quali ruoli ricoprono nei telefilm; penso agli stereotipi, al tokenismo ma anche al cosiddetto *colour aware casting*, quindi a quale ruolo hanno ad esempio gli italiani afrodiscendenti, con la loro produzione culturale, il loro protagonismo, la loro visibilità. Ci sono infatti bimbi italiani che hanno però un *background* migratorio e vorrebbero vedersi di più nella TV del loro Paese: questo è quindi un tema che, secondo me, dovrebbe essere centrale nel prossimo contratto.

LUPI (*NM(N-C-U-I)-M*). Signora Presidente, ringrazio a mia volta gli auditi per la loro presenza. Sono dispiaciuto di non vedere il dottor Casarin il 10 agosto, ci speravo, ma si vede che ha avuto una raccomandazione da molto tempo prima.

Ho tre domande da porre, in ordine d'importanza, perché ritengo che, contrariamente a tutti noi, il direttore dei TG regionali sia il più importante.

La prima domanda è infatti che sarebbe molto utile, se mai l'abbiano fatto... (*Commenti*). Le chiedo la cortesia di non interrompere i commissari, vista anche la consuetudine di frequentazione dal lontano 2027 (perché da allora ci conosciamo, come in « Ritorno al futuro »). Le chiedo se abbia mai fatto la somma – che potrebbe essere interessante per questa Commissione – nelle due fasce di ascolto dei TG (quella delle ore 14,30 e quella delle ore 19) degli ascolti complessivi, tra TV generalista e TG regionali. Io conosco solo quello della Lombardia, ma, se dovessi scegliere se comparire in regime di *par condicio*, con un'informazione di un certo tipo, sul TG1 o sul TGR della Lombardia, da lombardo, pagherei di tutto per comparire – con possibilità di correttezza d'informazione – sul TG regionale (*Commenti*), questo a dimostrazione



del fatto che bisogna invertire i parametri. Quando affrontiamo temi come il contratto di servizio, cosa che stiamo facendo, l'informazione regionale è ancora nella TV generalista un elemento fondamentale; la mia non era una battuta, quindi, perché è un tema interessante questo della somma degli ascolti e dunque anche quello delle risorse che vengono date.

Le altre domande sono semplicissime: la prima è legata alle nuove sfide, perché dobbiamo fare un contratto di servizio che guarda a cinque anni, e quindi stiamo pensando alla Rai del 2028. L'informazione regionale come può accettare questa sfida, proprio per l'importanza che ha, visti i dati sia della TV generalista sia, ad esempio, dei *social* e delle nuove piattaforme, che lei ha citato?

Un'altra domanda è se ha ancora senso complessivamente l'organizzazione che la Rai ha oggi nelle sedi regionali, nella divisione tra sede e TG regionale. C'è infatti una divisione e ci sono il direttore di sede e il direttore della TGR: come avviene questo, anche con una duplicazione di funzioni? Ha ancora un valore questa idea delle venti edizioni regionali (che oggi ho scoperto essere addirittura ventiquattro)?

Per quanto riguarda Rai Kids, sul tema dell'infanzia, senza ripetere le cose già dette dalla collega che mi ha anticipato, alla luce dei dati, ritengo – tutti lo riteniamo – che sia scomparso un elemento. Nella televisione generalista si è deciso che la comunicazione per l'infanzia vada in onda su un canale specializzato; ricordo ancora « L'Albero Azzurro » che, secondo me, è stato uno dei programmi più interessanti dal punto di vista della sperimentazione; oggi alle ore 16 del pomeriggio troviamo programmi che rincorrono le altre televisioni commerciali, al mattino troviamo programmi che rincorrono le altre televisioni commerciali e la programmazione per i ragazzi è quindi, se si vanno a vedere gli ascolti, « relegata » – lo dico con tutto il rispetto – ai canali specializzati, e con essa anche quella funzione educativa di cui parlava prima quella stessa collega. Vorrei quindi sentire il suo giudizio su tale aspetto, alla luce della sua esperienza.

La domanda finale è rivolta alla dottoressa Ammirati, e me ne scuso, nel senso che considero la *fiction* uno degli elementi fondamentali della televisione generalista, anche da un punto di vista educativo. Vorrei sapere in particolare quale collegamento c'è tra Rai Fiction e Rai Cinema, perché è evidente che non potete pensare che l'una non parli con l'altra, dato che le due cose sono strettamente collegate. Quali compiti vi date? Non credo che ormai ci sia tanta rigidità. Rispetto alla concorrenza delle piattaforme, nella situazione in cui si trova oggi la Rai, alla luce degli obiettivi dell'articolo 14, le risorse che essa mette in campo su questa sfida sono sufficienti a competere? Se dovessi rispondere io, la mia risposta sarebbe che non sono mai sufficienti, ma, al di là di ciò, è su questa partita che si sta giocando il futuro delle televisioni, non so se l'abbiamo capito: Amazon Prime, Netflix, Paramount Streaming e tutte le grandi piattaforme oggi giocano la sfida degli ascolti su questi temi. Non credo che per un servizio pubblico questo sia semplice, per cui o rinunciamo oppure – visto anche come l'altra televisione commerciale e com-



mercialista si è ritirata, perché lo ha fatto, pertanto oggi la Rai mi sembra che sia l'unico attore che può competere con questo – vorrei capire se questa coscienza c'è o meno.

GELMINI (*Az-IV-RE*). Signora Presidente, la ringrazio per avermi dato la parola, ma anche per questo ciclo di audizioni, che si sta rivelando impegnativo per un verso e molto interessante per un altro, perché ci rende più consapevoli dell'enorme patrimonio culturale e professionale che c'è in Rai. Dobbiamo avere gratitudine, oltre che consapevolezza, per ciò che la Rai rappresenta come agenzia educativa e culturale del Paese.

Riprendo la riflessione fatta prima dai colleghi Lupi e Nicita rispetto al superamento del *mantra* della *par condicio* per andare verso questioni che riguardano di più i cittadini, sia dal punto di vista della qualità dell'informazione, sia per quanto riguarda la necessità, che è riportata nel contratto di servizio e che è avvertita dagli interroganti, di un avvicinamento del pubblico giovane, del mondo dell'infanzia, ma anche dell'adolescenza. Cosa possiamo fare affinché questo principio, che è declinato all'interno del contratto di servizio, venga concretizzato il più possibile? Sicuramente Rai Fiction e Rai Kids sono due momenti molto importanti, ma secondo me non dobbiamo rassegnarci al fatto che la televisione sia un mezzo di informazione solo per adulti o *seniores*; abbiamo bisogno di avvicinare i giovani e questo secondo me è un punto molto importante.

Vengo ora all'intervento del direttore Casarin e ai territori. Sicuramente la TGR rappresenta un pezzo di servizio pubblico per certi versi forse un po' trascurato, ma avvertito dagli italiani perché, come diceva prima l'onorevole Lupi, ma è un fatto che riscontriamo tutti, nei territori il servizio delle TGR è fondamentale. Ci sono territori nei quali purtroppo c'è un problema di recepimento del segnale che dovremmo provare a risolvere, che è molto avvertito e che fa sentire quei cittadini di serie B. Se negli anni passati la nostra preoccupazione è stata sostanzialmente la *par condicio*, oggi dovremmo provare a valorizzare l'identità, la cultura, la territorialità, le specificità, le eccellenze e io penso che la Rai sia profondamente attrezzata per svolgere questo servizio, nonostante le mille difficoltà e le mille critiche che si possono muovere. Voglio chiedere dunque al direttore Casarin che cosa possiamo fare, accanto alla cronaca, per innovare e per rendere il servizio della TGR ancora più performante e più vicino ai cittadini, oltre che – lasciatemelo dire – più utile per riscoprire un orgoglio nazionale e una identità: girando l'Italia, sono convinta infatti che la Rai possa veicolare questi elementi ancora di più. Non c'è solo la cronaca e la *par condicio*, ma molto altro.

BERGESIO (*LSP-PSd'Az*). Signora Presidente, ringrazio innanzitutto gli auditi. È stato estremamente interessante ascoltare puntualmente dalla loro voce quanto avevano da riferirci circa l'evoluzione in corso nei loro specifici settori, soprattutto nel momento in cui noi stiamo andando a definire un parere sul contratto di servizio, che daremo entro il mese di settembre, nel quale sono contenuti impegni e obblighi, come pure la ridefinizione del servizio pubblico.

A mio avviso è fondamentale guardare oltre quello che è successo fino a ieri, perché come sistema informativo siamo già proiettati oltre quello che sarà il 2025-2030. Quando leggiamo che cosa succede nelle piattaforme non pubbliche, ma private, vediamo che cosa accade nel resto del mondo, e non sto qui a dirlo tanto per pubblicizzare quello che fanno gli altri, per cui guardiamoci in casa.

La Rai, com'è stato detto prima, è la prima azienda culturale del Paese; ha una capacità importantissima di risorse, che derivano dal canone che arriva annualmente dai cittadini – che poi magari scrivono a noi politici ciò che accade – i quali, volenti o nolenti, devono comunque dare questo contributo importante. Occorre perciò assicurare una coerenza sugli obblighi assunti, sia che si tratti della programmazione relativa ai bambini e ai ragazzi (Rai Kids), sia che si tratti della *fiction*, anche nel confronto con Rai Cinema, come giustamente si diceva in precedenza; dall'altra parte, c'è anche l'aspetto della TGR, che diventa assolutamente importante e fondamentale.

Per quanto riguarda i bambini e i ragazzi, non entro nel merito di quanto è stato detto perché condividiamo tutto; tuttavia, se il nuovo contratto darà degli obiettivi misurabili, si tratta di capire un po' che cosa a vostro avviso potrebbe essere misurato nell'ambito dell'offerta che state dando oggi, soprattutto per quanto riguarda i programmi in lingua straniera per far sì che ci sia un'evoluzione, considerato che i bambini e i ragazzi ormai da piccoli imparano le lingue per inserirsi in un mondo che comunque è diverso da quello di quaranta anni fa.

Per quanto riguarda la *fiction*, giustamente sono stati citati « Un posto al sole » e « Mare fuori », produzioni che vengono realizzate in Campania, che noi apprezziamo molto. Abbiamo un importante centro di produzione a Torino e ne abbiamo un altro a Milano. Vorrei capire che cosa si sta facendo in questi centri di produzione oggi e se ci sono anche su questo delle importanti novità in arrivo per i cittadini e per coloro che poi saranno chiamati a seguire eventualmente le *fiction*.

C'è sicuramente la questione dei temi; e su questo permettetemi di raccontare una piccola esperienza personale. Io ho frequentato il collegio geometri: ora, può sembrare una banalità, ma mi è stato fatto notare che oggi, quando si fa una *fiction* o si fa comunque un programma televisivo, si parla sempre di architetti, quasi come se i geometri fossero considerati di serie B. Non voglio ovviamente portare il caso specifico: ho fatto questo esempio semplicemente per dire che occorre valorizzare tutte le professionalità presenti all'interno di un Paese che si sta evolvendo, che ha bisogno di tutti, degli ultimi e dei primi, a livello scolastico, a livello tecnico e a livello di professionalità.

Un altro tema sul quale vorrei avere qualche informazione in più riguarda le priorità che vengono date soprattutto alle *startup* giovani e se vengono valorizzate quelle aziende di produzione che hanno comunque la proprietà italiana, perché questo diventa fondamentale nel nostro Paese, al di là del fatto che sappiamo che c'è un'apertura a livello europeo e a livello mondiale.

Quanto alla TGR, credo che si stia facendo un ottimo lavoro a livello informativo. La TGR rappresenta infatti un collegamento importante per noi che viviamo molto su territori, magari in provincia, dove non ci sono grandi città capoluogo, ma realtà piccole. A prescindere dai vari equilibri politici, di cui ci diceva prima bene il direttore Casarin, mi chiedo se avete un monitoraggio sulla diffusione territoriale nelle varie Province all'interno di una Regione o se invece si è tutti concentrati sul capoluogo dove si concentra la popolazione maggiore: potrebbe essere infatti positivo per far conoscere un paese dove magari c'è un'iniziativa particolare e così via dicendo. Unendomi a quello che diceva poco fa l'onorevole Lupi, per chi vive sui territori la TGR è molto importante a livello di comunicazione ma soprattutto è una realtà che premia tanti aspetti, compresa la promozione del territorio, quel *made in Italy* richiamato nel contratto di servizio e che vorremmo vedere a 360 gradi all'interno di una RAI che si sta comunque evolvendo.

DALLA CHIESA (FI-PPE). Ringrazio innanzitutto il dottor Casarin: anche mio padre era interista.

Passando al resto, tengo a dire alla dottoressa Ammirati che io sono una fruitrice pazzesca di *fiction* nel senso che la sera, quando torno a casa, il mio momento di *relax* è sintonizzarmi su Rai Play, quando non riesco a seguire dal vivo, e guardarmi le *fiction* che, contrariamente a quanto si pensa, parlano molto di donne. Penso a « Lolita Lobosco », a « Blanca » a « L'amica geniale », in cui ci sono tantissime donne. C'è però un gioiello che è stato prodotto dalla RAI, di cui non si parla mai, che invece narra del percorso di questi decenni: mi riferisco a « Il Paradiso delle signore ». Per chi non lo avesse mai visto, si tratta di una serie che va in onda il pomeriggio alle 16, che traina le trasmissioni che seguono. È una serie importantissima, perché racconta il percorso fatto dalle protagoniste a partire dagli anni Cinquanta fino, per il momento, al 1966-1967. È importantissimo perché vediamo la liberazione delle donne dai mariti e nel lavoro; si parla di aborto, si parla di cose importantissime delle quali oggi parliamo normalmente, ma che all'epoca era difficile nominare. Quindi queste commesse di un grande magazzino sono l'avanguardia di quello che poi sarebbero diventate le donne oggi. Io lo trovo formativamente importantissimo. Il senatore Bergesio parlava prima delle professionalità; a quella serie hanno lavorato scenografi che hanno ricostruito alla perfezione gli ambienti di quegli anni e forse insegnanti che hanno fatto parlare i personaggi esattamente come si parlava allora. Il linguaggio di allora, infatti, non era lo stesso di oggi e questo è un aspetto molto importante, a me piace per questo. Aggiungo i costumisti, che addirittura hanno ricostruito le spille che si mettevano sugli abiti di allora, i tubini neri. La serie è nata a Torino e ora si gira su Roma, credo, c'è una ricerca da parte della Rai che è importantissima, ed è giusto dare merito a tutte le persone che lavorano dietro le telecamere che danno un prodotto che raggiunge il picco degli ascolti del pomeriggio. È giusto quindi che non ci siano protagonisti di serie A e serie B, è una cosa

molto importante. Penso agli stessi operatori di ripresa o al microfonista; è importante capire cosa ci sia dietro un prodotto per capire che cosa sia in realtà oggi la Rai che lo sta facendo.

Per quanto riguarda la TGR, si tratta della parte più importante per il nostro territorio, perché i singoli spettatori della TGR si riconoscono nei luoghi, nelle persone che parlano, nel linguaggio, nel dialetto, in quello che vedono, e soprattutto sanno in profondità che cosa vuol dire una persona che in quel momento viene intervistata sul territorio, con nomi e cognomi, cosa che naturalmente i TG nazionali non possono fare.

LISEI (*FdI*). Presidente, solo una domanda velocissima, anche perché condivido molte delle osservazioni che hanno fatto i colleghi. Rispetto alla programmazione per adolescenti e minori in generale – parlo sia di *fiction* che di programmazione – volevo sapere se c'è una valutazione psicologica preventiva sull'impatto dei contenuti ed eventualmente come viene fatta, perché la ricerca del pubblico è un tema diverso rispetto al contenuto in sé. Oggi viviamo in una fase particolarmente complessa soprattutto per gli adolescenti, ce lo dicono diversi studi, purtroppo anche a causa del periodo del Covid; vi sono diverse forme di disagio adolescenziale; diventa quindi centrale a mio avviso raggiungere quel pubblico con contenuti e messaggi che siano ovviamente positivi ed utili. Vorrei capire, da questo punto di vista, che tipo di lavoro viene svolto e come.

PRESIDENTE. Cedo ora nuovamente la parola per le risposte ai nostri ospiti, ricordando loro che potranno sempre integrare le risposte con note scritte da inviare successivamente agli Uffici.

AMMIRATI. Signora Presidente, le domande poste dai commissari sono tante, molto interessanti e per noi importanti, perché sono spunti di riflessione sul nostro lavoro quotidiano.

Inizierei dall'ultima domanda, relativa alla grande attenzione che poniamo da sempre sulla programmazione per i minori. Per la verità facciamo attenzione a tutto, anzi alcune volte potrei dire che siamo ossessivi sui nostri linguaggi, su come li utilizziamo e su come scriviamo, tant'è che la scrittura è uno dei nostri punti fermi, uno dei più importanti.

Spesso mi si chiede perché la *fiction* Rai è diversa da quella del maggiore *competitor*. Adesso tralascerei le OTT (piattaforme *over the top*) perché noi siamo un *broadcaster* paragonato alle OTT – il che secondo me è una follia – però effettivamente siamo all'interno di un vasto mercato nel quale il *broadcaster* classico se la vede con la piattaforma digitale, che investe esattamente cento volte quello che investiamo noi. Questo però è un altro discorso a cui arriveremo. La differenza è nella scrittura. La differenza è nell'attenzione che poniamo a tutte le minoranze, in particolare ai bambini, ai ragazzi e agli adolescenti, che sono oggi la nostra spina nel fianco, intesa come spina nel fianco sociale, non nostra in quanto produttori.

Gli adolescenti sono il grande problema di questa società che noi forse stiamo vedendo male. Il disagio che emerge nei ragazzi tra i 13 e i 21 anni è diventato una sorta di guerra di cui forse ci accorgiamo poco. Noi, da produttori, lo vediamo tanto per quello che ci arriva anche di progettualità, non solo per i ragazzi che incontriamo spesso nelle scuole, che ci portano progetti, che vediamo e che conosciamo. I motivi del disagio sono di natura endogena: disagi mentali e psichiatrici quando parliamo di situazioni più gravi, ma anche droga e alcol. Parliamo di una situazione emergenziale del Paese, che noi affrontiamo anche con prodotti dedicati. Abbiamo costruito per esempio, per la piattaforma RaiPlay, « Mental », che parlava proprio del disagio mentale, ed è stato apprezzatissimo. Ve lo dico perché le scuole, i ragazzi, ci hanno chiesto la seconda serie, perché abbiamo affrontato in maniera reale, aderente alla realtà, un tema enorme. Gli ospedali sono pieni di ragazzini che tentano il suicidio. Io sono molto attenta a questo che non è un problema, ma è qualcosa di più e sta diventando enorme; ce lo dicono i medici, ce lo dicono gli ospedali. Facciamo questo, quindi, così come facciamo grande attenzione all'uso dell'alcol e della droga di cui si fa uso indiscriminato oggi. Non esiste limite a quello che sta succedendo nelle strade. Anche in quel caso vi è grande attenzione, grande cura. Io sono attentissima a questo argomento, al punto che chiedo anche ai produttori di portarci prodotti che parlino dei ragazzi e non che parlino di noi ai ragazzi. Sono due livelli. Bisogna parlare ai ragazzi, ma non solo dalla nostra parte. Bisogna trovare complicità tra noi adulti e i ragazzi. Bisogna parlare di loro, con il loro linguaggio, per arrivarci e noi proviamo a farlo. Questo è uno dei temi. Si fa grandissima attenzione, il che significa che nella scrittura abbiamo una grande fase di setacciatura, diciamo così, per cui non solo leggiamo noi e gli sceneggiatori, ma ci sono anche persone adatte; spesso esiste anche una parte scientifica che ci aiuta, un pò come quando facciamo Leopardi e ci rivolgiamo alla leopardista. In questo caso si chiama lo psicologo dell'età evolutiva. Facciamo grandissima attenzione.

La questione delle maestranze è molto interessante e si lega anche a molte altre domande importanti che mi sono state fatte. Noi facciamo economia non soltanto andando nei territori proprio per aiutarla a crescere, ma perché aiutiamo le persone a saper lavorare, cioè ad imparare dei lavori. Maestranze vuol dire tantissimi scenografi, costumisti, sarte, truccatori e truccatrici, e sono la vitalità del cinema: senza di esse non potremmo fare cinema e questo è uno dei punti di crescita e di attenzione anche per noi.

« Il paradiso delle signore » è una punta di diamante: è riuscito a risollevarle le sorti del pomeriggio della TV generalista di Rai Uno, quando avevamo problemi e qualche scricchiolio c'era sugli ascolti del pomeriggio, facendoci arrivare al 20 per cento, con una storia attentissima alla scrittura (perché c'è un gruppo di scrittura composto da venti scrittori, e non potrebbe essere altrimenti, per una trasmissione quotidiana). Oltre all'attenzione straordinaria di questi venti scrittori – inter-



seco le varie domande, al fine di rispondere al maggior numero possibile di esse – sottolineo il fatto che in queste classi di scrittura mettiamo sempre almeno due ragazzi giovani, quando si tratta di gruppi così grandi, perché uno dei principi è allevare i nuovi talenti al livello non solo di maestranze, ma anche di *talent*, quindi registi e registe. Un grande tema, infatti, è: quante registe donne ci sono? Poche. Quante sceneggiatrici? Un po' di più. Per fortuna, dico sempre – e lo dirò anche adesso, anche se forse, giustamente, non potrei, qui in quest'Aula a quest'ora – che le donne sono dei «culi di pietra», perché la loro capacità di stare sedute e incassare le aiuta a creare questi grandi e virtuosi gruppi di scrittura, dove però noi alleviamo anche scrittori giovani. Infatti, accanto a questo abbiamo creato la scuola di scrittura di Perugia (che in parte paghiamo noi), dove ogni due anni venti ragazzi si diplomano e poi entrano nelle varie società di produzione che immettono immediatamente sul lavoro, appunto, forza giovane.

Credo ci sia un'altra domanda molto interessante sempre sul territorio: non esistono solo Napoli e il Meridione, questo spero sia un mio punto di non debolezza. Posso andare a naso ricordando « Brennero – il link », « Studio Battaglia », ambientato a Milano, « Blanca », ambientato a Genova, « Black Out – Vite sospese », « Fiori sopra l'inferno – I casi di Teresa Battaglia », « Cuori » (non solo perché è stato girato a Torino); non esistono territori più o meno... (*Commenti*). Diciamo che, da questo punto di vista, Milano non ha bisogno di essere promossa, perché è una grande città. È chiaro che, quando si va in territori che hanno più problemi e, piano piano, li si solleva, c'è un vanto in più, ecco; forse così ho risposto in maniera più esaustiva.

Rai Fiction e Rai Cinema hanno un rapporto di grande amicizia, quasi di fratellanza, però facciamo lavori diversi: il cinema è il cinema, qualcosa che va nella sala e deve andare lì; il film TV deve andare a tutti: è familiare, va ai ragazzini, ai nonni e ai genitori, entra nelle famiglie; il cinema può fare quello che vuole, perché le persone vanno nelle sale; c'è quindi ancora, secondo me, una differenza, però è importante dire invece – ed è la seconda parte della risposta alla domanda – che, sì, pur essendo *leader* nel mondo audiovisivo italiano ed europeo, noi siamo quelli che hanno meno risorse al mondo. Se dico, a caso, che Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) ha 400 milioni di euro solo per una parte della televisione pubblica, che spende per la serialità, quindi parliamo dei miei omologhi, possiamo dire che noi abbiamo meno della metà; se la Francia ne ha 380, noi ne abbiamo comunque sempre meno della metà; insomma, è chiaro che il servizio pubblico sa che deve dotarsi di più economia e di più risorse per investire di più, perché oggi è quel mercato delle imprese *over-the-top* (OTT) che ci spinge verso la qualità – e questo è importante, perché quel mercato lo è sempre e dev'essere sempre rispettato, come pure noi ci dobbiamo far rispettare – ma per essere rispettati dobbiamo essere attori e *player* importanti, e per fare questo dobbiamo poter investire; altrimenti non si paga più la qualità, che è un altro tema, perché ormai i costi sono cresciuti a dismisura.



Noi abbiamo fatto un grande lavoro, però, ed è importante da dire: come servizio pubblico, abbiamo tenuto fermi questi costi e secondo me abbiamo tenuto calmo un mercato che altrimenti sarebbe scoppiato, e avremmo fatto danni tutti.

Ho già risposto in parte alla questione dei giovani, anche perché ho parlato della scrittura come motivo di vanto. Ha ragione l'onorevole Bakkali: è un ruolo importante, enorme, ed è anche una grande responsabilità, però lo stiamo facendo, un po' alla volta, sfidando anche una cultura intorpidita in base alla quale si fanno ragionamenti tali per cui potremmo non riuscire a fare certe cose perché magari non verrebbero viste, ragionamenti che invece poi vengono smentiti. In « Mare Fuori », c'è un *mix* di culture, ma non solo, perché poi c'è anche « Il clandestino », con Edoardo Leo e un coprotagonista pakistano; « Noi siamo leggenda », che spero sarà una prossima meravigliosa serie per un pubblico *young adult*, rappresenta un *mix* di culture in cui non manca nulla, come nelle scuole, perché quello che succede nelle scuole cerchiamo di portarlo anche noi dentro la realtà.

Un'ultima, ma non ultima, risposta, perché riguarda la prima domanda, è che siamo molto attenti a quello che succede nei territori, anche grazie alle *film commission* che a loro volta ci danno un *feedback*, che per noi è importante, tant'è che poi ogni anno abbiamo una riunione annuale nella quale ci mettiamo a confronto sul mondo della produzione. Dopodiché, il rapporto con le *film commission* è curato dai nostri coproduttori; il produttore esecutivo lega la parte esecutiva con quella contrattuale.

Il modo in cui si fanno le scelte è però forse la cosa più importante, secondo me, perché questa è la domanda delle domande, il domandone: è giusto chiederci come facciamo a scegliere i prodotti e quali sono i criteri e i modi, perché sono tantissimi. È complicatissimo. Però abbiamo individuato un processo tale per cui tutti i produttori iscritti all'albo – e non chi si alza la mattina e si improvvisa, ovviamente, il che significa essere aderenti a certe regole – possono mandare i progetti tramite un *form*, con determinate caratteristiche, su una pagina del nostro sito *web* che si chiama « La fabbrica delle storie ». Noi li leggiamo tutti – è dura, ma abbiamo una squadra di lettori, che stilano anche lì un *form* per capire se il progetto funziona e aderisce alle regole che abbiamo – e quindi, se ci piacciono, se sono possibili e sostenibili economicamente e culturalmente e via dicendo, accedono alla seconda fase e si producono. Non ci sono limiti ai generi, non ci sono limiti alle storie; ci sono solo i limiti che naturalmente un servizio pubblico, con tutte le sue regole, deve rispettare.

*MILANO.* Signora Presidente, condividendo quello che ha detto la dottoressa Ammirati, risponderò velocemente alle domande, partendo da quelle un po' più semplici.

Per quanto riguarda l'offerta di programmi in lingua straniera, è certamente importante e la facciamo. Peraltro, a Torino abbiamo ogni giorno

un programma che si chiama « Hello Yoyo », girato in lingua inglese, in cui vengono presentati e spiegati cartoni animati e altri programmi direttamente in lingua inglese; sta avendo lo stesso ascolto dei programmi in italiano in onda prima e dopo, a dimostrazione dell'interesse dei bambini piccoli di entrare in questo mondo comunque colorato e vivace, naturalmente scegliendo le cose più semplici che possono vedere.

Un altro tema importante è quello dei mestieri. Quando ho parlato della fiducia nel domani, rimane sempre la domanda su che cosa si farà da grandi. Con una *startup* sempre di Torino, la Ibrido Studio, stiamo producendo un cartone animato « Anselmo Wannabe »: in ogni puntata il protagonista mostra che cosa vuole fare da grande, mostra un mestiere e lo interpreta, presentando quindi una pluralità di possibilità di lavoro e di scelte di vita antiche e recenti.

Un tema importantissimo è poi quello evidenziato dall'onorevole Lupi sul rapporto con la TV generalista. In realtà, quando abbiamo avuto la nuova organizzazione per generi, il senso è stato anche quello di svincolare il genere del racconto per bambini dai canali televisivi che prima erano inseriti nella direzione ragazzi, mentre adesso le direzioni sono diverse. L'ambizione è quella di poter apparire non solo sui canali tematici, ma anche su quelli generalisti. Qualche cosa si è fatto, anche se non è semplice perché, sul piano dell'abitudine e delle attese di ascolto, dopo tanti anni in cui non si è fatto, i bambini preferiscono andare a cercare i programmi che vogliono sul loro canale e non sugli altri. A mio avviso non si tratta tanto di una questione di ascolti numerici, perché con 24 ore al giorno di programmazione i cartoni animati e le serie di Rai Yoyo e di Rai Gulp sono molto seguiti: se infatti si fa la somma e si moltiplica, alla fine gli ascolti sono più o meno gli stessi e i personaggi sono popolari. La scorsa domenica mi trovavo in un paesino emiliano dove, in occasione della festa locale, ho visto che i palloncini in vendita raffiguravano tutti i protagonisti di serie di cartoni animati di Rai Yoyo, il che dimostra che c'è una popolarità delle *property*, anche sul versante di coloro che lavorano nel *licensing* e nel *merchandising*. Quello che manca è però la condivisione, la rappresentatività, il fatto di essere inseriti nel discorso principale per cui tutti conoscono almeno un pò quello che succede. Si tratta di un problema che per la verità non riguarda solo la televisione, ma in generale una cultura dell'infanzia che può essere presente un po' ovunque, dagli aeroporti ai ristoranti. Penso che questo sia dunque un aspetto su cui lavorare e mi auguro che il discorso della riorganizzazione per generi abbia anche questo orizzonte.

Un altro tema è quello dell'inclusività. Mi pare importante citare il fatto della rappresentanza anche dei ragazzi e delle ragazze italiani di seconda generazione. Noi questo lo abbiamo e lo abbiamo anche in modo serio, non solo nei cartoni animati internazionali in cui questo tema, se uno sceglie bene, è presente, ma anche nei nostri: penso, ad esempio, a un nostro cartone animato « Berry Bees », che lo scorso anno ha vinto il Diversity Media Awards proprio per questo aspetto. Il tema è presente anche e soprattutto nelle *fiction* per ragazzi: penso, ad esempio, a « Marta

& Eva », in cui una ragazza afro-italiana che voleva cantare invece fa il pattinaggio sul ghiaccio, mentre la sua amica fa un discorso inverso in relazione alle attese dei genitori. Abbiamo ancora « Crush - La storia di Tamina », che racconta di una ragazzina afghana che arriva in Italia il 15 agosto di due anni fa, quando si è proceduto all'evacuazione, per cui c'è anche un legame con l'attualità. Dove sono finite e che cosa fanno queste famiglie? Nella *fiction*, grazie all'artificio letterario, ma vero, che la ragazza conosceva l'italiano e che la famiglia era stata evacuata perché lavorava con il contingente italiano, è stato facile costruire un racconto comprensibile a tutti e le sue amiche – visto che poi crea in Italia una squadra di calcio femminile – sono ragazze di origine africana e cinese, perché abbiamo anche tanti cinesi. Il tema in questo caso è presente molto nel *cast*. C'è da fare ancora un lavoro per quanto riguarda i livelli di scrittura e di direzione e questo dipende anche da un discorso che c'è da avviare, che certamente prende tempo. Stiamo cercando di muoverci in questa direzione, tenendo conto che progetti di questo tipo richiedono comunque due-tre anni di sviluppo.

Un tema importante per quanto riguarda la *fiction*, come ha già detto Maria Pia Ammirati, è la scelta dei prodotti, anche per i ragazzi. Abbiamo un portale all'interno del quale tutti possono proporre progetti, anche per la produzione interna, e non si tratta solo di società, anche se fondamentalmente sono società di audiovisivo. In questo momento stiamo producendo 50 serie a cartoni animati: hanno un periodo lungo, visto che durano due anni, due anni e mezzo. In questo momento, ripeto, ci sono 50 serie in produzione con 35 società italiane di produzione che stanno lavorando insieme a noi. È stato un *boom* nato insieme alla Rai – non dico grazie alla Rai, perché è il nostro lavoro – e che adesso si sta consolidando, facendo dell'Italia una centrale di produzione di audiovisivo al pari di Germania e Gran Bretagna, al di sotto forse solo della Francia, dove godono di un sistema di aiuti maggiore. In questo momento tuttavia – e qui lo dico anche a persone che hanno responsabilità pubbliche – la Rai è l'unica ad avere obblighi di investimento specifici per la TV per ragazzi. Abbiamo in Italia otto reti televisive *free TV*, sei a gestione americana e due della Rai. È facile prendere i prodotti dalla madrepatria, mandarli in onda, inserire la pubblicità e avere anche un equilibrio economico in questo caso; fermo restando che ci sarà un grande lavoro di scelta, selezione e edizione, però manca un elemento di investimento e ciò fa sì che noi siamo obbligati ad essere i monocommittenti, che è una cosa molto difficile. Ci sono infatti società che abbiamo visto crescere e che magari un certo anno arrivano con un progetto che a noi non interessa o non piace. E allora, cosa facciamo: gli diciamo di saltare un anno e di chiudere, oppure cerchiamo di lavorarci? Per il bene stesso del mercato, quindi, sarebbe opportuno, non solo che la Rai investisse nei contenuti per ragazzi – non mi riferisco solo al caso bello, ma unico, di Zerocalcare e di Netflix – ma che ci fosse un intero sistema che, aggiungendo alla nostra parte un altro pò, ci consentirebbe veramente un salto di qualità.

Concludo con il tema del disagio, che è stato citato. C'è davvero una situazione che sta cambiando molto. Vent'anni fa, quando ho cominciato a lavorare in RAI, il programma più visto dai bambini e dai ragazzini era « Un medico in famiglia », che aveva ascolti pazzeschi tra i giovanissimi; sette-otto anni fa c'è stato il fenomeno incredibile di « Braccialetti rossi », che era già su contenuti diversi. Adesso c'è « Mare Fuori » – di cui ha parlato la direttrice di Rai Fiction – che è visto anche dai bambini. Nel momento in cui c'è un'adultizzazione del consumo che viene dalle piattaforme (Netflix e così via), si impone anche una revisione dei linguaggi, perché non possiamo essere troppo infantili quando i bambini sono abituati a vedere altro, e quindi è un momento di sfida molto interessante. Quello che facciamo è veramente puntare sulla fiducia, su storie che abbiano un elemento di positività, senza edulcorare la realtà, lavorando molto sulle emozioni. Per esempio, un tema che vediamo molto è la crescita dell'aggressività, anche tra i ragazzi. Ebbene, stiamo per iniziare le riprese di una serie sulle *baby gang* che parla di un ragazzo di buona famiglia che ad un certo punto finisce in una *baby gang* violenta. Sarà un racconto della durata di dieci episodi. Come gestire l'aggressività? Come gestire le emozioni? Cominciamo con i più piccoli a far riconoscere le emozioni quali la rabbia e l'affetto, e via via crescendo, con il contributo degli esperti che giustamente veniva prima segnalato. Noi lavoriamo con le università, con i centri, con le tante conferenze *media* e minori di *media education* che ci sono, perché in effetti gli psicoterapeuti – che non sono certamente scrittori, qualcuno sì ma la maggior parte no – possono dare un contributo essenziale. Allo stesso modo ci serviamo dei medici pediatri. In questi giorni abbiamo avviato una campagna su Instagram con il personaggio di un popolare cartone animato, « Bing », sull'importanza di bere e mangiare la frutta quando fa caldo. Sono cose semplici, ma dette da un pupazzo fanno magari più breccia rispetto a un normale *spot* o ad un messaggio di pubblica utilità.

*CASARIN.* Signora Presidente, faccio mia la proposta di riportare un maggior numero di notizie positive. Già domani riunirò i colleghi della direzione per inserire nel primo spazio informativo regionale che abbiamo dal 25 settembre, « Buongiorno Regione », una rubrica sulle notizie positive, prendendo spunto anche dall'idea dell'amica Elisabetta Soglio del « Corriere » che ha inventato il settimanale « Le buone notizie », perché è vero, non c'è solo la cronaca nera, anche se vi dico – ahimè – che la gente chiede quello. Però proviamo anche con le notizie positive: spalancate una porta aperta. Mi faccio forte stasera di tutte le vostre proposte. (*Commenti*). Noi però ci occupiamo delle giunte regionali.

Mi ricollego alla curiosità del presidente Lupi sugli ascolti in Lombardia, dicendo che è sulla *par condicio* che bisogna intervenire. Alle 14, lo dico a spanne, ci sono 300.000 telespettatori; la sera sono 500.000. Dunque, i trenta secondi alle 14 non valgono i trenta secondi della sera. Se andiamo a Sud, è il contrario. Per questo bisogna trovare un accoglimento.

Sugli spazi dedicati dalla Rai al territorio, veramente vi chiedo un aiuto. Non vorrei essere frainteso domani da chi mi ascolta: la Lombardia ha 10 milioni di abitanti, la Sicilia ha 5 milioni di abitanti, altre Regioni no. Mi fermo qui. Chiederei più spazio per le Regioni che hanno 10 o 5 milioni di abitanti, perché – sto facendo uno sforzo enorme per non fare nomi, ma mi avete ben compreso – questo non è giusto. Insisto sulla Lombardia che ha 10 milioni di abitanti: avrebbe bisogno di quaranta minuti e non di venti, e invece ha gli stessi minuti di tutte le alte Regioni. (*Commenti*). Guardi, chi ha fatto la Terza guerra mondiale in Italia può dire quello che vuole. L'unica tessera di partito che ho avuto è stata quella del Partito Socialista di Bettino Craxi. Ecco, aiutatemi ad avere più spazi e naturalmente più risorse, perché se si aggiungono dei minuti bisogna avere più giornalisti, più telecineoperatori, più montatori e più *budget*. A tale proposito, per chi mi ha chiesto la copertura delle Province, il mio sogno sarebbe quello di avere in ogni Provincia un redattore residente ed è un esperimento che al momento si è fermato, ma è iniziato in Lombardia, dove noi abbiamo Brescia, Mantova, Como e Varese coperte da un redattore. Se una mattina bisogna andare a Sondrio, il servizio per le 14 non c'è e si spende. Se invece l'Azienda ci aiutasse a investire su queste risorse e in ogni Provincia ci fosse un redattore residente, con il suo telecineoperatore, si potrebbe fare informazione nel dettaglio in ogni Regione. Però costa, ripeto, costa molto.

Il segnale: ho scritto, mi sono rivolto sia a RaiWay sia all'Agcom perché, trascorrendo alcuni *weekend* in Veneto da miei parenti, ho potuto constatare che a Rovigo non si vede il TGR del Veneto. (*Commenti*). Veramente vi chiedo, con la forza che avete, di fare qualcosa, perché noi a volte lavoriamo, ma poi in una Provincia non ci vedono o vedono magari la Regione accanto. Addirittura sono stato in Sardegna dieci anni fa e vedevo il TGR Lazio.

Credo di non avere dimenticato nulla. Sono stato sintetico. Sono a disposizione. Alcuni componenti della Commissione mi hanno segnalato ulteriori esigenze che sarò felice di approfondire.

PRESIDENTE. Ringraziamo i nostri ospiti per i loro contributi. Spero che l'incontro di oggi sia stato anche utile anche per voi.

Dichiaro conclusa l'audizione.

*I lavori terminano alle ore 22,50.*







