

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

91.

SEDUTA DI GIOVEDÌ 14 LUGLIO 2016

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE ROBERTO FICO

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Airola Alberto (M5S)	9
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3	Fabiano Andrea, <i>direttore di RaiUno</i>	3
Audizione del direttore di RaiUno, Andrea Fabiano:		Lupi Maurizio (AP)	11, 12
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3, 12	Peluffo Vinicio Giuseppe Guido (PD)	10
		Ruta Roberto (PD)	8

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 14.20.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso e la trasmissione diretta sulla web-tv della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

(Così rimane stabilito).

**Audizione del direttore di RaiUno,
Andrea Fabiano.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione del direttore di RaiUno, Andrea Fabiano, che ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

Do la parola al dottor Fabiano, con riserva per me e per i colleghi di rivolgergli, al termine del suo intervento, domande e richieste di chiarimento.

ANDREA FABIANO, *direttore di RaiUno*. Presidente Fico, rivolgo a lei e ai componenti di questa Commissione il ringraziamento per l'invito a quest'audizione. Con quest'intervento, che, visti i tempi, accorcerò rispetto a quello che avevo immaginato, mi prefiggo di illustrarvi brevemente le linee del palinsesto della rete che è stato presentato nei giorni scorsi.

La prossima stagione autunnale rappresenta la prima tappa di una progettualità di

più lungo termine, che prende le mosse dalla cornice strategica del piano industriale che vi è stato presentato in Commissione e nel quale RaiUno viene definita come la rete televisiva più importante nella vita del Paese, e in realtà a tutti gli effetti lo è, anche se può sembrare un'esagerazione.

Non mi riferisco solo agli ascolti, che pure sono una metrica importante e a cui continuiamo e continueremo a dare grande importanza, e che inoltre in questi primi mesi dell'anno, anche al netto dell'eccezionale contributo degli Europei di calcio, sono in crescita. RaiUno è l'unica rete generalista con il segno più, sottolineo un abbondante segno più, sia sull'intera giornata sia in prima serata.

Mi riferisco anche ad altri aspetti, tra cui per esempio la capacità di reattività che la rete mostra ogni giorno per seguire tutti i principali avvenimenti che accadono in Italia e nel mondo. Un esempio si è avuto in questi giorni con l'incidente ferroviario in Puglia: una certezza per molti italiani, che ancora oggi, nonostante tutte le alternative che hanno a disposizione, continuano ad avere in RaiUno un punto di riferimento. Mi riferisco poi al fatto che RaiUno è anche una piattaforma di comunicazione fondamentale per veicolare messaggi, contenuti sociali, iniziative di sensibilizzazione, raccolte fondi, per portare al più vasto pubblico possibile contenuti che producono un impatto concreto, che può essere una maggiore sensibilità su alcuni argomenti, un cambio di comportamento o, dato ancora più concreto, una donazione. Ancora, mi riferisco al livello di investimenti che RaiUno mette sul campo, o che caratterizza ciò che attraverso RaiUno viene proposto al pubblico. Penso, per esempio, ai prodotti *premium* di *fiction* e di

intrattenimento messi al servizio dei migliori talenti italiani. Questo è il patrimonio da cui partiamo, che ovviamente dobbiamo custodire e preservare, ma che vogliamo rinnovare e rafforzare. A RaiUno è proprio richiesto di fare leva su questa solidità per intraprendere un progressivo percorso di evoluzione alla ricerca di un equilibrio, e anche qui cito parole del piano industriale, tra la classicità che la rete incarna e la necessaria aspirazione al cambiamento, all'evoluzione.

Parto con l'illustrazione del palinsesto, e dal *daytime*, dalla programmazione che caratterizza la mattina e il pomeriggio della rete, una fascia questa che ha un forte profilo informativo che verrà ulteriormente rafforzato, e che si caratterizzerà per tante conferme, perché abbiamo tanti prodotti di successo, pure in un quadro di maggiore cura, tanto editoriale quanto estetica, dei nostri prodotti più importanti, e alcune novità, tanto di impaginazione del palinsesto quanto di prodotto, che si concentrano in quelle fasce più critiche del palinsesto della rete sotto il profilo non solo degli ascolti, ma soprattutto a mio avviso dell'identità del canale.

Comincio dai giorni feriali. La mattinata si aprirà con maggiore offerta informativa. Estenderemo il collegamento con il canale RaiNews24, anche per valorizzare ulteriormente gli sforzi che si stanno compiendo sul nostro canale *all news*, che arriverà fino alle 6.30, quando comincia la programmazione della rete con la prima edizione del TG1 e poi con *Unomattina*, programma che, come sapete, si svolge in collaborazione con il TG1, una collaborazione che in questa stagione si è particolarmente rinsaldata ed è stata particolarmente efficace e utile specie, purtroppo, in quelle numerose occasioni in cui gli eventi dell'attualità hanno comportato repentini cambi di sculetta e di programmazione: a volte ci è capitato di dover attivare all'impronta delle maratone informative ed è stato importante mettere in campo la collaborazione con il TG1.

Dopo *Unomattina* c'è il ritorno del programma *Storie Vere*, che ha già cominciato quest'anno un percorso che verrà accen-

tuato per coprire maggiormente le tematiche sociali. La parte centrale del mattino vede il primo cambiamento rilevante. Parliamo di una fascia su cui negli ultimi anni abbiamo mostrato un po' di difficoltà, soprattutto sul piano identitario, e anche su quello degli ascolti. In questa fascia avremo un nuovo programma, che si chiama *Tempo e denaro*, molto caratterizzato, in cui ci si prefigge di fornire agli spettatori strumenti e conoscenze concrete per impiegare al meglio e risparmiare, appunto, tempo e denaro. L'appuntamento che porta al TG1 rimane confermato con la *Prova del cuoco*, di intrattenimento familiare e di qualità. Tra l'altro, ha anche generato nel tempo — è una cosa su cui lavoreremo sempre più in futuro — una serie di prodotti collaterali. Vogliamo sempre più intraprendere questo percorso di *media company*, che vi è stato ampiamente descritto. Nel pomeriggio, abbiamo la conferma di *La vita in diretta*, su cui lavoreremo ancora di più per rafforzare il profilo informativo e di servizio. Poi c'è *Torto o ragione?* Che sarà oggetto di un *restyling* non solo estetico. Il sabato, avremo una prima parte del mattino all'insegna dell'approfondimento culturale con *Il caffè di RaiUno*, che si trasforma da appuntamento quotidiano ad appuntamento settimanale. Avrò un'ora di tempo per proporre i contenuti tipici del programma; poi, l'approfondimento istituzionale di *RaiParlamento*. A seguire, la programmazione classica di *Unomattina in famiglia* e la novità della seconda parte del mattino al sabato, a cui tengo particolarmente, perché porteremo nelle due ore che precedono il TG1 e, poi, nelle due ore successive, RaiUno fuori dagli studi, per raccontare sul campo il territorio, l'Italia e il mondo. Avremo il programma *Paesi che vai...* e, prima del TG1, *Linea verde*, che quindi raddoppierà e, come la domenica, costituirà il programma che porta il pubblico all'appuntamento con il TG1. Questo è un primo esempio del percorso che intraprenderemo per investire sui prodotti in esterna, al di fuori degli studi, e per raccontare ancora di più il territorio. Tra l'altro, sul mondo di *Linea verde* e degli altri prodotti, come *Linea blu* e *Linea*

bianca, investiremo perché vorremmo costruire su questo filone altri prodotti editoriali extra televisivi e anche di tipo digitale.

Vado al pomeriggio, dove appunto tornerà *Linea blu*, che nel cambio di stagione « lascerà la palla » a *Linea bianca*. Come novità nell'impaginazione avremo i documentari di *Passaggio a Nord Ovest*. Offriremo nella prima parte del pomeriggio un blocco di programmazione più compatto, più coerente, anche in questo caso per portare la rete fuori dagli studi televisivi, in Italia e nel mondo. Nella seconda parte del pomeriggio, dopo l'approfondimento religioso *A Sua Immagine*, avremo un nuovo programma di intrattenimento, *Sabato italiano*, con cui intendiamo provare a restituire alla rete rilevanza e centralità in una fascia strategica importante, in cui negli ultimi anni ancora una volta RaiUno ha perso terreno ed è diventata meno importante nel sistema televisivo.

Per la domenica mattina, ci sono le conferme. Nel pomeriggio, avremo una nuova edizione dell'*Arena*, che avrà una serie di novità al suo interno. In occasione del quarantennale della trasmissione *Domenica in*, come è stato annunciato nei giorni scorsi, c'è il ritorno di un volto storico della Rai, e cioè quello di Pippo Baudo, che sarà affiancato da un volto femminile che stiamo definendo in questi giorni. Su questo spendo alcune parole. Su questa scelta, come è ovvio che sia, si sono avute le reazioni più differenti, dai commenti che vanno nella direzione dell'accogliere il ritorno di questo grande e ancora molto noto professionista, alla critica aspra, feroce, anche sarcastica. Su questo voglio essere molto chiaro. È ovvio che non sarà dalla prossima *Domenica in* che passerà l'innovazione editoriale proposta dalla rete, perché saranno altre le strade che intraprenderemo, né dalla prossima *Domenica in* ci aspettiamo una malinconica celebrazione della storia della trasmissione. Semplicemente, con la prossima *Domenica in* ci aspettiamo 90 minuti di spettacolo e di cultura, e una vetrina per i talenti del Paese, punto.

Quanto al preserale, da lunedì a domenica tornerà *L'eredità*, che poi « lascia la palla » al TG1.

Vengo alla fascia serale, quella in cui sono le più importanti novità. Comincio da una novità di impaginazione, che può sembrare un dato tecnico, ma è molto importante e con rilevanti implicazioni. Mi riferisco alla durata del programma, che caratterizza la fascia tecnicamente chiamata di *access prime time*, il programma che si situa tra il TG1 della sera e i programmi cosiddetti di prima serata, per intenderci quello che oggi è *Affari tuoi*. Veniamo da anni in cui si è ingaggiata, con il programma che occupa la stessa fascia nella principale rete commerciale italiana, una corsa all'allungamento, all'accorciamento, una sfida che ogni giorno era una sorta di « marcamento a uomo », per utilizzare una metafora calcistica, sul terreno della classica partita che si gioca sul campo dello *share*. Questa era la battaglia che si è consumata fino a maggio, una sfida legittima, comprensibile, che ha tanti buoni motivi, ma che a mio avviso ci portava lontano da uno dei nostri fondamentali di servizio pubblico, che per quanto mi riguarda è il rispetto nei confronti del pubblico. Che cosa succedeva? Comunicavamo gli orari di partenza per i programmi di prima serata, che non venivano mai rispettati: credo che questo rappresenti un elemento non trascurabile del fare e dell'essere servizio pubblico. Dal prossimo turno — questa è un'iniziativa che ho promosso — abbiamo deciso di darci una regola molto chiara: dare un appuntamento e rispettarlo.

Nei giorni feriali, i programmi di prima serata partiranno alle 21.15, orario che verrà rispettato, tra l'altro anticipato di circa 10-12 minuti rispetto a quello che accadeva finora. Nel *weekend* l'impianto sarà diverso, poiché il sabato abbiamo deciso di far partire la prima serata direttamente dopo il TG1 delle 20.00. Non ci sarà più un programma di *access prime time*, e la prima serata partirà direttamente dopo il TG1 della sera. La stessa cosa accadrà la domenica, da metà ottobre, quando su RaiUno tornerà la terza stagione di una

fiction, molto amata anche dal pubblico dei bambini e dei ragazzi, *Braccialetti rossi*. Questo è anche un modo, secondo noi, per fornire un'altra dimensione dell'essere servizio pubblico. Questa scelta ha una serie di implicazioni. Probabilmente, nel breve termine potremmo anche pagare qualcosa sul piano degli ascolti, ma guadagneremo a mio avviso molto in termini di credibilità, di servizio al cittadino. Portare una *fiction* come *Braccialetti rossi* alle 20.40 e farla finire alle 22.30 permetterà anche al pubblico che il lunedì mattina ha una vita di un certo tipo di seguirla senza particolari problemi. Altra implicazione importante, anticiperemo le partenze dei programmi di seconda serata, altro aspetto cui tengo particolarmente. Quella di seconda serata è una fascia molto interessante, molto importante su cui andare a lavorare: anticipare i programmi di seconda serata significa dare a questo sforzo, a quest'impegno, una visibilità maggiore rispetto a quella che c'è stata finora. Inoltre, avremo sul programma *Affari tuoi* una riduzione dello stress a cui abbiamo sottoposto questo programma, che da anni va in onda sette giorni su sette. Reperiremo risorse di palinsesto, come vi ho già illustrato, ma anche economiche per nuove strade che intendiamo percorrere. Aggiungo, sempre in relazione all'*access prime time*, che stiamo lavorando per trovare una o più opzioni di prodotto da sperimentare per ridurre ancora una volta l'usura di un programma come *Affari tuoi*, e credo che questo avverrà nel corso del 2017.

Per le prime serate, ancora con una metafora calcistica, avremo un modulo 4, 2, 1: quattro serate di *fiction*, due di intrattenimento e una, dopo tanto tempo, dedicata al cinema.

Le quattro serate di *fiction* saranno programmate secondo una precisa strategia di programmazione identitaria: la domenica e il giovedì i prodotti *family*, tanto quelli più contemporanei e moderni quanto quelli più tradizionali, che però sono sempre soggetti a continui interventi di ammodernamento, nonché il giovedì le grandi *hit*, larghe, popolari, della produzione Rai; il lunedì, le miniserie, gli eventi di *fiction* e i

prodotti capaci di intercettare anche il pubblico maschile; il martedì, di nuovo miniserie o film tv d'impegno civile e, in questo caso, prodotti più orientati al pubblico femminile.

Ho parlato di *Braccialetti rossi*. L'altro prodotto che torna è *Un medico in famiglia*, un prodotto classico, che però, appunto come tutti i prodotti classici, ogni volta ha pezzi di novità che vengono inseriti. In realtà, l'offerta *fiction* di RaiUno sarà caratterizzata soprattutto da novità: oltre il 50 per cento delle serate sarà dedicato a titoli nuovi. Avremo due importantissime serie evento, molto diverse tra loro. Una è *I Medici*, una grande coproduzione internazionale, che vede tra i protagonisti anche Dustin Hoffman, un prodotto di altissimo livello, che porterà su RaiUno un linguaggio e un'estetica di standard internazionale, applicati a una storia che credo molti italiani riscopriranno e molti italiani conosceranno per la prima volta. L'altro prodotto bandiera della prossima stagione sarà *La mafia uccide solo d'estate*, serie sviluppata a partire dall'omonimo film di Pif, che ne sarà anche la voce narrante, che ovviamente porterà il suo modo e mondo di raccontare in prima serata su RaiUno. C'è, inoltre, l'esordio di due serie che potrebbero avere uno sviluppo nei prossimi anni. Uno è *Catturandi*, una serie di genere che propone il racconto della lotta alla mafia dal punto di vista di una squadra di polizia di *élite*, che dà la caccia ai grandi latitanti; l'altro è *L'allieva*, serie giallo-comedy tratta dall'omonimo *bestseller* di Alessia Gazzola, che propone le storie di una giovane donna medico legale.

Proseguiremo la linea di racconto di impegno civile, che tra l'altro in questa stagione è stata particolarmente fortunata, anche dal punto di vista del riscontro del pubblico, con una serie di film di alto valore e di grande attualità: la miniserie *Lampedusa*, il film *La classe degli asini*, che racconta la battaglia di un'insegnante italiana per superare le classi differenziali; *Io ci sono*, che racconta la storia di un simbolo della lotta contro la violenza sulle donne, cioè Lucia Annibali.

Abbiamo parlato del cinema: il mercoledì sarà serata cinema, con commedie italiane targate RaiCinema e alcuni *blockbuster* internazionali.

Vengo all'intrattenimento. Anche qui avremo il 50 per cento di serate caratterizzato da nuovi programmi o nuovi eventi. Gli eventi continueranno a essere una caratteristica tipica di RaiUno, che quando costruisce buoni eventi si esalta. L'unico *show* che tornerà sarà *Tale e quale show*, con Carlo Conti, mentre tutto il resto è costituito da nuovi titoli. Il sabato sarà caratterizzato, in apertura di stagione, da eventi musicali, con tre miti della canzone italiana. Renato Zero, Zucchero e Mogol, con due serate. Ci saranno anche tantissimi ospiti di tante generazioni diverse. A seguire, ci sarà un grande spettacolo con una delle icone italiane più acclamate al mondo, Roberto Bolle. Con lui e per lui stiamo allestendo uno *show* di grande classe ed eleganza, che costituirà un fiore all'occhiello dell'offerta di prima serata della nostra rete, una proposta tra l'altro molto inedita rispetto a quello che normalmente RaiUno propone e che il pubblico di RaiUno si aspetta.

Nel mese di ottobre, vedremo il primo nuovo programma, *Le dieci cose più belle*, un titolo probabilmente ancora provvisorio, uno *show* in quattro puntate in cui due grandi ospiti si racconteranno e verranno raccontati attraverso una sorta di *playlist* di dieci elementi, che permetteranno di creare momenti di spettacolo, divertimento ed emozione. A dicembre, c'è il secondo nuovo programma, il venerdì, *The big music quiz show*, anche questo un titolo provvisorio, condotto da Amadeus, in cui intendiamo portare su RaiUno una forma di intrattenimento finalizzata al divertimento, dimensione che su RaiUno manca da un po' di tempo, attraverso il meccanismo di una semplice ma divertente e coinvolgente sfida musicale.

Torno rapidamente al sabato per citare un altro evento importante a cui teniamo molto, che realizzeremo in collaborazione con Unicef in occasione della Giornata mondiale dell'infanzia, il 20 novembre. Si tratta di *Prodigi*, una serata con Vanessa

Incontrada, uno *show* in cui scopriremo e celebriamo giovani talenti della musica classica, lirica e del balletto. Avremo tante storie di bambini e ragazzi di terre martorate e problematiche che, grazie appunto a queste arti, sono usciti a riscattarsi e a costruire il proprio futuro.

Infine, due eventi annunciati e molto attesi. Il 5 dicembre ci sarà lo speciale per accompagnare e celebrare l'uscita del nuovo album di Mina e Celentano, e a metà dicembre ci saranno due serate-evento molto *pop*, con Heather Parisi e Lorella Cuccarini.

Vado rapidamente alla conclusione. In prima serata, oltre a tutto questo, continueremo a seguire la strada di proporre eventi speciali di alto valore pubblico. Qualche settimana fa, il 9 giugno, abbiamo proposto uno speciale con Alberto Angela, *Stanotte a Firenze*, che ha avuto un clamoroso risultato di critica e di ascolto, tra l'altro suscitando un grande interesse internazionale, tanto che *Art'è* è entrata nella produzione. Alberto Angela tornerà con una nuova visita notturna, questa volta alla scoperta della Città del Vaticano, che verrà proposta con un racconto assolutamente inedito. Avremo in prima serata anche degli speciali di *Petrolio*, il programma di Duilio Giammaria, un giornalista Rai, che tornerà anche in seconda serata a inizio stagione. Con lui percorreremo anche la strada che abbiamo qualche giorno fa avviato, per esempio con *Cose nostre*, che avevo già annunciato nella precedente audizione. Abbiamo trasmesso uno speciale *Cose nostre* dedicato alla Calabria, che pur non avendo avuto risultati d'ascolto brillanti, sono stati tuttavia a mio avviso incoraggianti: portando di punto in bianco in prima serata su RaiUno storie di persone non particolarmente conosciute e, soprattutto, raccontate in esterna, senza l'ausilio di uno studio — la classica formula a cui ricorriamo e a cui il pubblico è abituato — con un linguaggio molto distante da quello tipico, abbiamo raggiunto un risultato di ascolto che indica che si tratta di terreno su cui si può lavorare. Certo, si deve molto migliorare sul fattore del prodotto e sulla modalità con cui si propone, ma è una

strada che abbiamo avviato e su cui continueremo a lavorare. Per farlo, lavoreremo molto bene non solo sul prodotto, ma anche sulla programmazione, attività che vanno ben protette e sostenute in tema di programmazione e anche di comunicazione.

Nella logica degli eventi avremo poi una scelta importante, di cui sono molto orgoglioso, perché rientra nella linea di portare nella grande partita di RaiUno gli eventi più importanti, anche culturali: RaiUno quest'anno proporrà, il 7 dicembre, la prima del Teatro alla Scala.

Lo sport tornerà con la coda della Formula uno e con le partite della Nazionale di calcio di Ventura.

Vado rapidamente alla seconda serata, dove abbiamo tre conferme e tre novità. Le conferme sono sul piano dell'offerta informativa, con *Porta a Porta* dal lunedì al mercoledì, gli speciali di *Petrolio*, che tornerà sia in autunno sia in primavera il giovedì, e *Cose nostre*, che tornerà alla sua collocazione tipica del sabato sera. Stiamo lavorando ad altri progetti di racconto della realtà, ma tutti caratterizzati da quella cifra di proiezione all'esterno e sul campo che, appunto, ci piacerà molto sviluppare. Peraltro, su questo fronte, venerdì partirà in seconda serata un programma con Franco Di Mare, giornalista del TG1, che si chiamerà *Frontiere*, un viaggio in alcune capitali europee, tutte segnate in quest'ultimo anno da eventi importanti all'incrocio tra l'immigrazione, le difficoltà economiche e, purtroppo, gli eventi tragici del terrorismo. Avremo poi nuovi programmi di intrattenimento, cosa cui tengo molto. Dopo tanti anni, RaiUno torna a investire su questa fascia, e anche su un genere, quello dell'intrattenimento, per noi fondamentale per aprire nuovi sentieri editoriali e identitari e costruire un pezzo del futuro della rete.

Inoltre, su RaiUno esordiranno due talenti. Da novembre, il giovedì avremo Stefano Bollani, con *L'importante è avere un piano*, un *late show* raffinato, di qualità, in cui godremo di *performance live* inedite di artisti della musica nazionale e internazionale. La domenica, al termine delle puntate

di *Braccialetti rossi*, avremo l'attore Giampaolo Morelli, protagonista negli ultimi tempi dell'*Ispettore Coliandro* su RaiDue, che sarà alle prese con un nuovo programma, *Fan car-aoke*, in cui sarà alla guida di una macchina – anche questo sarà un programma in esterna, non in studio – con a fianco passeggeri musicali con cui ci saranno un'interazione e una serie di esibizioni molto improvvisate, divertenti e sorprendenti.

In abbinamento a *Braccialetti rossi*, in autunno la domenica di RaiUno sarà fortemente orientata al pubblico dei più giovani – una delle strade che vogliamo percorrere per dare maggiore varietà non solo di prodotto ma anche di pubblici a cui ci rivolgiamo.

Concludo sottolineando due aspetti. Lavoreremo all'interno dei nostri programmi, sostanzialmente tutti, per mettere in pratica la scelta strategica della Rai di trasformarsi da mero *broadcaster* in *media company*, e quindi faremo in modo che su alcuni progetti, quelli più rilevanti, la progettualità editoriale sia sempre più integrata rispetto ai mondi digitali o agli altri mondi editoriali. Vi ho citato l'esempio di *La prova del cuoco* o di *Linea verde*. Inoltre, ci metteremo sempre più al servizio dei grandi obiettivi del servizio pubblico. Cito due esempi molto semplici. Uno è quello del tema dell'inclusione digitale. In questi giorni, abbiamo cominciato a trasmettere uno *spin off* di *Don Matteo*, che sta andando particolarmente bene, per aprire al mondo digitale le generazioni di pubblico, di cittadini finora escluse da questo mondo, magari per barriere psicologiche o per paure. Altro tema è quello della cultura della legalità. Metteremo sempre più a disposizione di questi grandi obiettivi la piattaforma di comunicazione e relazioni coi cittadini, che appunto RaiUno costituisce grazie ai suoi programmi e ai suoi volti.

ROBERTO RUTA. Due considerazioni. Ovviamente, illustrati con quella velocità, è difficile mettere insieme giornate e orari, e capire l'offerta complessiva. Una volta letto il resoconto, si ricostruisce con calma e si verifica quale sia l'offerta. Ho sentito alcune cose nuove, alcune cose che mi sem-

brano significative, alcune conferme anche positive, e lo dico per *Braccialetti rossi* e altro.

Qual è il programma su cui quella rete decide di fare una scommessa veramente innovativa? Tra le altre conferme, c'è *Affari tuoi*, di cui ho amici iper-appassionati, che tornano a casa apposta per vederlo. Resto sempre perplesso quando mi dicono queste cose. Il fatto che si insista mi conferma di dover essere perplesso. Non cambio idea su quest'argomento. Non riesco a superare le mie perplessità per il fatto che venga riproposto, non perché ce l'abbia con *Affari tuoi*, un programma di grande *audience*, ma mi resta il dubbio sul messaggio che inviamo. Speravo che ci fosse in tal senso proprio un cambio di rotta, per avere maggiore *audience* su un programma che, però, desse un messaggio complessivo diverso. Vedo invece delle conferme. Speravo in un cambio di marcia. Lo dico anche perché lei è un direttore giovane, e speravo che avesse voglia di dire che, va bene, il programma finora era andato in onda, ma... Peraltro, continuo a non capire quale sia il messaggio che stiamo dando, se non quello di credere che nel mondo ci possono capitare delle fortune, che fanno parte della vita, ma mi sembra che proprio nel blocco serale dovesse esserci qualche altra cosa. Speravo in altro. Faccio una lamentela, ed è questa.

La seconda domanda sarà rapidissima. Immaginavo che Pippo Baudo potesse essere ospite d'onore di *Domenica in* ogni tanto — è una sicura professionalità, e non dico che non vada bene con Pippo Baudo — ma vorrei sapere se è stata una sua scelta. Ci ha pensato e ha deciso di prendere Pippo Baudo perché questa è la garanzia che andrà bene? A futura memoria le chiedo se è una sua scelta. Poi magari va ogni più rosea aspettativa, ma vorrei sapere se sia stata una scelta sua o di chi può averle detto che quella era la carta vincente. Questo lo affermo perché si dice che la Rai prenda troppa gente dall'esterno anche in altri settore: può essere un ottimo ospite d'onore, penso che sia stato uno dei più grandi della televisione italiana, ma

come scommessa generazionale mi sembra anche questa particolare, perlomeno.

ALBERTO AIROLA. Vent'anni fa ho lavorato anche per la Rai, come esterno, e i programmi erano gli stessi. *La vita in diretta* era la colonna portante della giornata, c'erano *Linea blu*, *Linea Bianca*, *Passaggio a Nord Ovest*, *Unomattina in famiglia*, c'erano Guardì, Vespa, Pippo Baudo, Heather Parisi, Lorella Cuccarini. Non è cambiato nulla. Diciamocelo.

Non ne faccio una colpa a lei, perché probabilmente è anche difficile intervenire in un palinsesto un po' chiuso in un sarcofago, come quello di Chernobyl, cioè bloccato da persone che stanno in Rai da decenni, come Guardì, che lavorano sette giorni su sette e continuano a fare i loro programmi da decenni. So che RaiUno è sicuramente definita la tv più importante del Paese. Ha un *target* tra i 55 e i 65 anni. Credo, però, sinceramente che se avessi settant'anni, mi sarei stufato di vedere questo tipo di programmi, mi aspetterei anche qualcos'altro. Come ripeto, non gliene faccio una colpa, ma mi rendo conto che la situazione non è cambiata più di tanto.

Tralascio la questione delle *fiction*, un altro aspetto di cui abbiamo sempre parlato. Da tempo avevo criticato l'attività dell'Andreatta.

Quello dell'informazione su RaiUno è per noi un problema sensibile, a partire dal direttore Orfeo, che abbiamo visto in questo teatrino — sembrava un'immagine teatrale tratta da Eduardo De Filippo — con Vespa, di cui avevamo già parlato l'altra volta, e anzi speravo in quest'incontro di parlare rapidamente di altro, ma purtroppo mi trovo a parlare di Vespa. C'è stato questo teatrino. Glielo segnalo, non voglio andare oltre, ma è stato veramente triste per l'informazione italiana, soprattutto per la rete ammiraglia del servizio pubblico di informazione. Con Orfeo abbiamo avuto parecchi problemi. Lei mi dirà magari che non è così. Le sto solo segnalando i rapporti che il mio movimento ha avuto con il TG1, sempre molto tesi, per come appunto il TG1 gestisce l'informazione. Quell'episodio in particolare ha fatto esplodere tutto. Tra l'altro, fosse anche un

episodio casuale, ma su Vespa siamo tornati parecchie volte.

Quanto ad *Affari tuoi*, sono d'accordo col collega, rimango veramente allibito dal fatto che venga riproposto un programma che non ha nulla del servizio pubblico, se addirittura non rischia di indurre a pensare al gioco facile. *L'infotainment*, l'intrattenimento in generale, anche gli eventi, gli spettacoli, sono graditissimi sulla Rai, ma mi sembra che si stia esagerando. Mi scusi la sintesi, ma abbiamo ancora pochi minuti. Le dicevo che il grosso dell'informazione, *l'infotainment*, di RaiUno è una commistione di vari elementi, di momenti di informazione di cronaca, di momenti molto leggeri. Secondo noi, questo flusso continuo andrebbe separato — lo avevamo anche detto con la questione di Vespa e dell'intervista al figlio di Riina — in maniera da costruire momenti in cui i cittadini hanno veramente diversi approcci alla materia trattata, approcci più d'informazione, di approfondimento e approcci invece di intrattenimento puro. Si va in direzione opposta. In realtà, quello che fa la tv, anche se ribadisco che è nella sua natura farlo come mezzo di comunicazione, il servizio pubblico non dovrebbe farlo. Passare continuamente da una situazione faceta a una seria in maniera a volte caotica o senza una linea rossa, un percorso, mi sembra che sia un modo per distrarre i cittadini e non informarli, non intrattenerli producendo cultura.

Mi fa piacere una cosa che lei ha detto, e che verificherò, sulle commedie targate RaiCinema. Se finalmente RaiCinema, oltre che produrre per una serie di amici e clienti esterni alla Rai, produce film che vengono trasmessi sulla Rai, ben venga. Direi che ho espresso le mie criticità molto rapidamente, ma in questo senso non senza dare il giusto peso ai problemi. Soprattutto quella dell'informazione e dello sbilanciamento rispetto all'*infotainment*, che è eccessivo, ci sembra una situazione molto critica.

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO.
Intervengo prima di tutto sull'ordine dei lavori. Abbiamo l'Assemblea convocata per le 15.00. Non conosco l'opinione dei colle-

ghi, ma visto che la maggioranza dei presenti è di senatori, se essi lo ritengono, forse si può procedere con l'audizione, anziché aggiornare la settimana prossima; sottopongo la proposta alla valutazione dei colleghi.

Vorrei ringraziare il direttore Fabiano per avere presentato, come i suoi colleghi, le linee essenziali del lavoro sui palinsesti, rispetto ai quali non ho un'opinione precisa. Ovviamente, c'è sempre la « prova del budino »: si vedrà se effettivamente funzionerà il *mix* di continuità e innovazione di cui è stato composto. Come rilevavano i colleghi con accenti diversi, mi sembra che sia molto più sul versante della continuità che non su quello dell'innovazione, peraltro con la consapevolezza che si tratta di lavoro particolarmente delicato quello legato a RaiUno, la rete ammiraglia, principale interprete della tv generalista, con un *cluster* di spettatori che sente moltissimo il tema della continuità in termini di identificazione con la rete, e quindi di collegamento diretto.

Tra gli elementi di innovazione, quella della striscia con punto di riferimento Frassica, il cui intento è di avvicinare alle nuove tecnologie, e di cui credo ci sia stata soltanto una puntata — e immagino non ci sia stata ancora una valutazione — mi sembra un esperimento interessante. Proprio avendo presente chi vede RaiUno, mi sembra, almeno sulla carta, sia un tentativo interessante di avvicinare alle nuove tecnologie, anche in relazione alla sfida di Rai di passare da *broadcaster* a *media company*. Vorrei sapere se c'è una valutazione o se quest'esperimento è all'interno di un lavoro più complessivo, che preveda ulteriori incursioni sul tema.

Su informazione e *infotainment* mi sembra di capire, visto che in questa sede è stata più volte oggetto di una lunga discussione relativamente alla trasmissione *Porta a Porta*, che ci sia una riduzione. Prima forse erano quattro le serate a settimana: se non ho capito male, a questo punto sono tre. Questo è un elemento « quantitativo », che non so se sia la risposta alla precedente audizione, ma comunque da considerare.

Airola faceva riferimento al TG1 e alla *querelle* con il direttore Orfeo, su cui ho un giudizio diametralmente opposto a quello del collega, nel senso che è stato più volte anche occasione di incrocio sulle agenzie tra il Movimento, me e altri colleghi del PD, che abbiamo semplicemente difeso la possibilità di fare un telegiornale e di fare giornalismo. Assolutamente legittimo l'intervento di Airola, come credo giusto mettere oggi in evidenza il tema dell'informazione: si tratta tuttavia di una delle questioni che dovrebbe essere approfondita con l'ipotesi di audizione del direttore generale e di Verdelli. Forse questa è una delle questioni che andrà affrontata in un momento successivo. Ci tenevo, però, che agli atti ci fosse anche la diversità di posizione rispetto al lavoro del direttore del TG1, nei confronti del quale confermiamo la nostra stima.

MAURIZIO LUPI. Parto dalla fine delle considerazioni, perché devo dire che i colleghi del Movimento 5 Stelle ci stanno insegnando che nella tradizione si ottengono i risultati. Ovviamente, battendo, battendo, battendo, la goccia che cade ogni giorno alla fine ottiene qualche risultato. Presumo che l'obiettivo del pluralismo televisivo e dell'informazione non si ottenga con chi urla di più o con chi fa più minacce. Lo dico perché è nel mio stile: se c'è un problema di pluralismo, lo si affronti direttamente con il presidente e con il direttore generale, è la nostra funzione, ma, e lo do come semplice suggerimento, a me non è assolutamente piaciuta quella scena da parte della nostra collega che in un *talk show* come *Porta a Porta* ha attaccato in maniera violenta e senza possibilità di difesa semplicemente perché c'erano due condizioni diverse: uno era il direttore del TG1, che, nella veste di direttore di testata, mai avrebbe potuto scendere sullo stesso piano; l'altro era un collega che faceva una legittima polemica politica, che rivendicava con legittimità le proprie ragioni, ma secondo me è un uso improprio — parto dalla politica — di quello strumento.

Chiusa la parentesi, credo che il tema che il Movimento 5 Stelle e tanti di noi poniamo si debba affrontare direttamente,

proprio per la funzione che abbiamo, con il direttore generale della Rai nello specifico, e non semplicemente con la demonizzazione di volta in volta di qualcuno. Io non lo condivido. Credo che ci siano validi professionisti in Rai e che ognuno debba fino in fondo fare il proprio mestiere e il proprio dovere, facendo il direttore o il conduttore.

Per quanto riguarda le osservazioni sul palinsesto, esprimerò alcune sensazioni, anche molto franche. Mi sembra che tra l'intraprendere una strada nuova che presenta tanti rischi, e quella che procede poco alla volta, portandosi però a casa la certezza di qualche risultato, ancora una volta si sia scelta quest'ultima. Relativamente all'osservazione su *Affari tuoi*, per un programma consolidato che si confronta, come ha detto giustamente, con un concorrente forte come *Striscia la notizia*, individuare un nuovo *format* più attinente e pertinente alla funzione della Rai come servizio pubblico, è un rischio: e quindi si sceglie un'altra strada, ma qui arriviamo alla sfida alla direzione complessiva, alla nuova azienda. Non sono stato io e non siamo stati noi a dire che il direttore generale Campo Dall'Orto aveva la funzione di innovare e rinnovare la Rai, di portarla nel futuro, ma con tutto il rispetto non credo si possa farlo mettendo a *Domenica in* un volto storico della Rai: con tutta la bontà e la forza di Pippo Baudo, permettetemi di dire che non credo sia questa la strada. A ottant'anni non si innova. Sarà un racconto tradizionale, a cui abbiamo assistito per tanti anni e che tanti di noi hanno apprezzato, ma siamo nel 2016.

Questa è la domanda di fondo, non è una critica: rispetto al palinsesto che ci avete proposto, come si coglie la novità della Rai del futuro, della Rai che è servizio pubblico e che guarda al futuro, all'innovazione, a linguaggi moderni, e che tiene conto della tradizione di un Paese? Questo mi sembra il punto. Coi palinsesti che ci avete proposto si va in questa direzione o no? Quali sono le novità che vanno? Il bilanciamento tra i palinsesti è più il « non rischio » — sono realista, so che ci sono gli investimenti pubblicitari e che è la rete

ammiraglia — o si cerca di intraprendere una strada nuova ?

Seconda osservazione, che mi preme moltissimo: l'abbiamo già espressa tante volte, la volta precedente è stata affrontata con la presidente della Rai. Non è un problema di polemiche: il servizio pubblico dovrebbe investire molto in formazione e creazione di nuovi talenti, a partire da quelli giornalistici, al suo interno. Mi sembra che in tutte le scelte che si stanno facendo si stia dimenticando il talento. In Rai in questi anni è « nato » qualcuno o no, tra conduttori, giornalisti e così via ? Il Parlamento ha fatto una scelta coraggiosa: la presidente della Rai nella presente gestione è una giornalista Rai, non era mai successo. Secondo me, questa scelta è stata fatta con coraggio e con coscienza, dando un segnale importante, cioè che all'interno della Rai potevano essere formate persone che potevano non solo crescere, ma assumersi responsabilità. La mia domanda è: quanto c'è di produzione interna e quanto di produzione esterna nei palinsesti che state creando ? Quanto si attinge dall'interno e quanto va all'esterno ? Il che, ovviamente, vale anche in termini di costi. Vedo, e concludo, anche segnali importanti. Quello di *Petrolio* è di certo un tentativo e vi colgo segnali positivi. Si sono fatte con coraggio innovazioni nella seconda serata. Ora lo si amplia e lo si porta in prima serata, quindi ci sono strade che si stanno percorrendo che vanno in questa direzione.

Vengo all'ultima osservazione. Ritengo che dobbiamo affermare la Rai come servizio pubblico per il pluralismo culturale, la positività di un racconto del Paese, la valorizzazione non solo dei conflitti e dei drammi con i film di denuncia, che sono giustissimi. C'è però anche un Paese positivo. Lo dico in particolare all'ammiraglia,

a RaiUno. Un Paese che ha storie positive, che possono essere raccontate e che indicano una direzione. A me piace anche questa Rai. Vorrei capire come si tiene conto di questo nelle trasmissioni contenitore, nel modo con cui si affrontano, con gli ospiti nelle storie raccontate. C'era stata una sperimentazione, a proposito del pluralismo culturale, che a me era piaciuta molto...

PRESIDENTE. Concluda, Lupi. Purtroppo dobbiamo sospendere.

MAURIZIO LUPI. Avevo capito che saremmo andati avanti. Mi riferivo alla miniserie televisiva *La buona novella*, che aveva tentato come esperimento di portare avanti un racconto di un certo tipo, anche con un cinema d'autore: è finita, è un'esperienza fallita, si va avanti ? Come pensate di andare avanti per quella strada, che a me era piaciuta molto ?

PRESIDENTE. Mi dispiace, ma dobbiamo sospendere l'audizione, perché sono in corso votazioni in Assemblea. I presenti potranno formulare un'altra domanda la prossima volta, per un incontro che durerà una quarantina di minuti, dopodiché vi sarà l'audizione successiva.

Ringrazio il direttore di RaiUno e rinvio il seguito dell'audizione ad altra seduta.

La seduta termina alle 15.05.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

DOTT. RENZO DICKMANN

Licenziato per la stampa
il 4 agosto 2016

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

