

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

S O M M A R I O

Sulla pubblicità dei lavori	169
Audizione della Presidente del Consiglio di amministrazione della Rai, del Direttore generale della Rai e del Responsabile in via transitoria per la prevenzione della corruzione della Rai (<i>Svolgimento e rinvio</i>)	169
Comunicazioni del presidente	170
ALLEGATO (<i>Quesiti per i quali è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione - dal n. 485/2362 al n. 496/2408</i>)	171
UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI	170

Mercoledì 28 settembre 2016. — Presidenza del presidente Roberto FICO. — Intervengono Monica Maggioni, presidente del consiglio di amministrazione della Rai, Antonio Campo Dall'Orto, direttore generale della Rai, e Nicola Claudio, responsabile in via transitoria per la prevenzione della corruzione della Rai.

La seduta comincia alle 14.10.

Sulla pubblicità dei lavori.

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

Audizione della Presidente del Consiglio di amministrazione della Rai, del Direttore generale della Rai e del Responsabile in via transitoria per la prevenzione della corruzione della Rai.

(Svolgimento e rinvio).

Roberto FICO, *presidente*, dichiara aperta l'audizione in titolo.

Monica MAGGIONI, *presidente del consiglio di amministrazione della Rai*, e Antonio CAMPO DALL'ORTO, *direttore generale della Rai*, svolgono distinte relazioni, al termine delle quali intervengono, per formulare quesiti e richieste di chiarimento, i senatori Francesco VERDUCCI (PD), Maurizio GASPARRI (FI-PdL XVII) e Salvatore MARGIOTTA (PD), il deputato Maurizio LUPI (AP), i senatori Luigi D'AMBROSIO LETTIERI (CoR) e Jonny CROSIO (LN-Aut), il deputato Nicola FRATOIANNI (SEL), i senatori Alberto AIROLA (M5S) e Augusto MINZOLINI (FI-PdL XVII), il deputato Pino PISICCHIO (Misto) e il senatore Raffaele RANUCCI (PD).

Monica MAGGIONI, *presidente del consiglio di amministrazione della Rai*, e Antonio CAMPO DALL'ORTO, *direttore generale della Rai*, rispondono ad alcuni dei quesiti posti.

Roberto FICO, *presidente*, nel ringraziare gli auditi, rinvia il seguito dell'audizione ad altra seduta.

Comunicazioni del presidente.

Roberto FICO, *presidente*, comunica che sono pubblicati in allegato, ai sensi della risoluzione relativa all'esercizio della potestà di vigilanza della Commissione sulla società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, approvata dalla Commissione il 18 marzo 2015, i quesiti dal n. 485/2362 al n. 496/2408, per i quali

è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione (*vedi allegato*).

La seduta termina alle 16.

N.B.: Il resoconto stenografico della seduta della Commissione è pubblicato in un fascicolo a parte.

UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI

Mercoledì 28 settembre 2016. — Presidenza del presidente Roberto FICO.

L'ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, si è riunito dalle 16 alle 16.15.

ALLEGATO

QUESITI PER I QUALI È PERVENUTA RISPOSTA SCRITTA ALLA PRESIDENZA DELLA COMMISSIONE (dal n. 485/2362 al n. 496/2408)

RAMPELLI. — *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai* — Premesso che:

lo scorso 24 maggio è stato firmato a Roma l'accordo fra il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo e i vertici di Rai, Mediaset, La7, Sky e Discovery Italia, denominato « Patto per lettura » nel quale il Ministero chiedeva — e le aziende televisive si impegnavano a garantire — « maggiori spazi nei palinsesti » da dedicare alla presentazione e promozione di libri « non esclusivamente nei contenitori culturali »;

il « Patto » è stato firmato per conto della Rai dal direttore generale Antonio Campo Dall'Orto;

il Patto è stato presentato dai *media* come una risposta proattiva alle critiche mosse dallo stesso Ministro Franceschini nel 2014, in occasione del Salone del Libro di Torino, quando parlò dei « tanti danni alla lettura fatti in questi anni da tutte le televisioni, da Rai a Mediaset e Sky, le pubbliche e le private »;

in occasione della firma il direttore generale della Rai Campo Dall'Orto, ha assicurato che il contenuto dell'accordo « diventerà documento condiviso con il coordinamento palinsesti e i direttori di rete »;

in occasione della recente presentazione dei nuovi palinsesti della Rai, è stato prima cancellato e poi reinserito, dimezzandone il tempo di programmazione, l'unico programma che affrontava in modo innovativo e pluralistico la presentazione e promozione di libri ed autori nazionali e internazionali in una fascia non notturna; un programma di meno di mezz'ora che andava in onda dal lunedì al venerdì, dalle ore 6 alle 6,30 circa del mattino;

il programma in oggetto — denominato « Il Caffè di RaiUno » — è stato trasformato in settimanale e la sua programmazione spostata al solo sabato mattina, nella medesima fascia oraria;

risulta evidente a chiunque che « Il Caffè di RaiUno », programma a basso costo che otteneva uno *share* tra il 10 e il 15 per cento in una fascia oraria in cui intercettava l'attenzione in particolare di utenti lavoratori, studenti e professionisti, non otterrà mai lo stesso seguito e la stessa tipologia di utenti alle 6 del sabato mattina e quindi è stato scientemente penalizzato non solo nella riduzione dello spazio, ma anche nella sua ricollocazione;

si chiede di sapere:

se la mortificazione di questo programma nella Rete « ammiraglia » del servizio pubblico non sia un segnale in controtendenza rispetto agli impegni sottoscritti con il Governo e la cittadinanza nel succitato « Patto per la lettura »;

per quale motivo il direttore di Rai1 abbia ritenuto necessario estendere a copertura del tempo di programmazione precedentemente dedicato all'approfondimento culturale e alla promozione dei prodotti letterari ed editoriali la programmazione del canale dedicato *all news*, RaiNews24, tra l'altro già replicato nella stessa fascia oraria sulla Terza Rete;

in che modo l'azienda radiotelevisiva pubblica abbia intenzione di porre rimedio all'evidente penalizzazione dello spazio di promozione libraria così adeguatamente rappresentato dal Caffè di RaiUno;

come l'azienda intenda invece aumentare ulteriormente lo spazio di pro-

mozione libraria nel rispetto degli impegni sottoscritti nel succitato Patto sottoscritto pubblicamente con il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo;

se l'azienda intenda ripristinare nei prossimi palinsesti lo spazio di programmazione inspiegabilmente sottratto all'unica trasmissione culturale e di approfondimento di qualità che era possibile vedere nella fascia oraria del primo mattino nelle giornate lavorative e di cui era certificato un seguito più che soddisfacente (il succitato « Il Caffè di RaiUno » in osservanza agli impegni sottoscritti pubblicamente con il Ministero nel succitato « Patto per la lettura »).

(485/2362)

RISPOSTA. — *In merito all'interrogazione sopra citata, nel rimandare a quanto emerso nel corso delle sedute del 14 e 20 luglio per una più completa disamina della questione, si informa di quanto segue.*

Con il palinsesto autunnale il programma « Il Caffè di RaiUno » viene trasformato in appuntamento settimanale il sabato mattina. Tale scelta editoriale è stata effettuata con l'obiettivo di creare uno spazio all'insegna dell'approfondimento culturale di durata consistente (60 minuti) in un contesto editoriale — quello del sabato mattina — giudicato maggiormente adeguato per proporre i contenuti tipici del programma al target di riferimento.

RAMPELLI. — *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai — Premesso che:*

nella scorsa legislatura la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi ha dedicato, come si può verificare dai resoconti, molte ore di approfondita discussione al problema, da molti ravvisato, del « travaso » di personalità televisive nelle assemblee parlamentari e viceversa, adducendo che la visibilità ottenuta dagli stessi grazie agli spazi del servizio pubblico costituisse un vantaggio improprio se sfruttato per il proprio lancio in politica e che, per converso, l'utilizzo degli spazi del servizio pubblico da parte di personalità

note e a lungo identificate con messaggi prettamente politici e determinati schieramenti o partiti provocasse un'indiretta continuazione della propaganda e promozione di detti schieramenti in misura e forma illegittima rispetto al pluralismo che deve garantire l'azienda secondo il contratto di servizio;

anche nell'attuale legislatura sono state presentate interrogazioni nella suddetta Commissione in occasione dell'apparizione anche occasionale di ex parlamentari in programmi generalisti, ravvedendo in questo una promozione impropria di personalità che mantengono comunque, anche quando non più esponenti di partito, una « valenza » o un'« immagine » politica imprescindibile ovvero un discutibile tentativo di « riciclare » gli stessi nell'azienda pubblica sotto altre funzioni;

nella presentazione del nuovo palinsesto, la Rai ha annunciato che assumerà l'on. Walter Veltroni — parlamentare fino al 2013, già leader di partito, ministro, vicepresidente del Consiglio, sindaco della Capitale e direttore di un giornale di partito con l'hobby della scrittura — in qualità di autore di vari programmi televisivi, attraverso una chiamata diretta che oltrepassa anche l'ostacolo della « prima utilizzazione » generalmente addotta dall'amministrazione nel caso di proposte di collaborazione nuove o rinnovate;

si chiede di sapere:

cosa abbia determinato la decisione del Direttore generale di intervenire in modo così diretto e repentino nella risoluzione dell'annosa questione mai risolta dalla discussione parlamentare;

*se l'azienda si sia dotata o abbia intenzione di dotarsi di un protocollo che stabilisca criteri uniformi in base ai quali personaggi politici e rappresentanti di partito possano essere assunti nel servizio pubblico audio-televisivo, al fine di evitare il sospetto che determinate assunzioni seguano corsie preferenziali o vi siano criteri arbitrari applicati *ad personam*;*

nell'eventualità che tale protocollo esista, quale sia il contenuto perché possa essere valutato dalla Commissione parlamentare di vigilanza sulla Rai;

a quanto ammonti il compenso previsto per l'on. Walter Veltroni e qualora questo rientri nei parametri generali della categoria professionale in cui verrà inserito e, dal momento che i compensi sono soggetti a notevole variabilità, se il compenso pattuito rientri nella fascia minima, massima o media dei compensi solitamente attribuiti agli autori a contratto rinnovabile da parte dell'azienda;

se l'on. Walter Veltroni abbia proposto di propria iniziativa la propria collaborazione o se questa gli sia stata richiesta da rappresentanti dell'azienda e in tal caso da chi e in quale funzione;

se sia stata condotta una trattativa economica con l'on. Walter Veltroni o eventuali suoi agenti per pattuire il compenso. (486/2363)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione sopra citata si informa di quanto segue.*

La Rai ha ricevuto e valutato positivamente le proposte presentate da Walter Veltroni, che da alcuni anni a questa parte ha realizzato film, documentari, libri – con operatori diversi dalla Rai – in qualità di autore e regista. Le proposte sono state ritenute di interesse dei direttori di Rai 1 e Rai Cultura in quanto coerenti con lo sviluppo editoriale dei relativi canali.

Nello specifico tali proposte riguardano in particolare due progetti:

il primo riguarda il programma « Dieci cose », progetto presentato dalla società di produzione Magnolia e di cui Veltroni è ideatore. Il programma andrà in onda su Rai 1 in prima serata dal 15 ottobre al 5 novembre per un totale di quattro puntate. In ogni puntata ci saranno due ospiti che si racconteranno e verranno raccontati attraverso le dieci cose che più hanno caratterizzato e segnato la propria

vita e che daranno lo spunto per proporre momenti di spettacolo, emozione e divertimento;

il secondo concerne la serie « Gli occhi cambiano », progetto che prevede 6 documentari da 70 minuti (che saranno trasmessi in seconda serata su Rai 1 a partire dal 27 dicembre e successivamente in prima serata su Rai Storia a partire dall'11 gennaio 2017); sotto il profilo editoriale tali documentari realizzano una panoramica su temi, suggestioni, personaggi della storia del Paese, attraverso il racconto che ne ha fatto la Rai dagli anni '50 ad oggi. Ovviamente un simile lavoro è stato realizzato grazie ad un articolato lavoro di ricerca e restauro di materiali di teca, molti dei quali inediti, per la costruzione di documentari d'autore che raccontano la storia del Paese da punti di vista diversi.

LIUZZI, FICO, NESCI, AIROLA, CIAMPOLILLO, DE ROSA, TERZONI, BUSTO, DAGA, MANNINO, ZOLEZZI, MICILLO, GIROTTO. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai – Premesso che:*

Luca Mercalli è un meteorologo, divulgatore scientifico e climatologo italiano, che nel 2015 ha condotto la trasmissione televisiva in prima serata, « Scala Mercalli », incentrata sulla sostenibilità ambientale, in onda per sei puntate il sabato sera su Rai 3;

nella stessa trasmissione sono stati inoltre affrontati temi di forte rilevanza, tra cui quelli legati alla scarsità delle risorse, alla città di transizione, al fracking, al picco del petrolio, agli scenari climatici, ai ghiacciai, all'acidificazione degli oceani e all'ecocritica;

dopo l'edizione del 2015, « Scala Mercalli », è andata nuovamente in onda nel mese di febbraio 2016 per concludersi ad aprile 2016;

da fonti stampa e social media, il giorno 2 agosto 2016 si apprendeva che il programma non sarebbe stato più tra-

smesso. A confermare la notizia, nei giorni a seguire, era stato lo stesso conduttore attraverso un post su Facebook;

«Scala Mercalli», dopo la messa in onda di una puntata sulla TAV, è stata anche oggetto di un'interrogazione parlamentare (Protocollo n. 2095), presentata in Vigilanza Rai il 30 marzo 2016 dai Senatori del Partito Democratico Stefano Esposito, Camilla Fabbri e Francesco Verducci. All'interno dell'atto appena citato, si legge «risulta evidente che il Sig. Luca Mercalli ha confezionato un prodotto di propaganda, fedele alle sue convinzioni, all'interno di un programma della tv pubblica, pagata con il canone di tutti gli italiani, utilizzando come coro a sostegno di queste posizioni i suoi sodali con i quali da più di dieci anni organizza assemblee per contrastare la realizzazione della linea ad alta velocità Tav »;

sempre nell'interrogazione di cui sopra, tra i quesiti presentati, è chiesto alla RAI «se non ritenga necessario adottare i provvedimenti che riterrà più opportuni, e di propria competenza, nei confronti del conduttore Luca Mercalli». Nella risposta all'atto, il servizio pubblico non rilevava i problemi esposti dai parlamentari del Partito Democratico, e sottolineava che gli intervistati della puntata di «Scala Mercalli», erano per la quasi totalità docenti del Politecnico e tecnici legittimati ad esprimere una valutazione oggettiva sul tema legato all'alta velocità e sulla costruzione del Terzo Valico di Giovi;

come si evince dai dati della Direzione Marketing Rai, lo *share* del programma nelle edizioni 2015/2016 (fatta eccezione per la puntata del 26 marzo 2016 in concomitanza delle festività pasquali) non si è mai attestato al di sotto del 4 per cento. Nel 2015, già alla prima messa in onda, «Scala Mercalli» aveva registrato 1.145.000 telespettatori con uno *share* pari al 4,98 per cento. La puntata successiva aveva rilevato un ulteriore miglioramento con il 5,33 per cento di *share* pari a 1.209.000 telespettatori. I dati positivi sono confermati anche all'esordio

della prima puntata della seconda edizione. Infatti, il 27 febbraio 2016, Scala Mercalli ha fatto registrare 1.149.000 spettatori, pari al 5,07 per cento di *share*, risultando il quarto programma più visto della serata, dietro «C'è Posta per Te» e «Ballando con le stelle», e il terzo come *share*, superando nella seconda parte della serata anche le proposte di Rai Due e i due film sulle emittenti Mediaset Rete 4 e Italia 1. L'ultima puntata dell'edizione 2016, andata in onda il 2 aprile, ha contato 1.063.000 telespettatori con il 4,87 per cento di *share*;

considerato che:

l'articolo 3 del D.Lgs. 31 luglio 2005, n. 177, recante il testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, definisce «la lealtà e l'imparzialità dell'informazione» un principio fondamentale del sistema dei servizi di media, così come «la salvaguardia [...] del patrimonio culturale, artistico e ambientale, a livello nazionale e locale »;

l'articolo 2, comma 3, lettera *a*), del Contratto di Servizio 2010-2012 stipulato tra la Rai e il Ministero dello Sviluppo economico, attualmente in vigore, impegna la Rai a rispettare «i principi di obiettività, completezza, imparzialità, lealtà dell'informazione »;

la lettera *r*) del medesimo articolo impone alla Rai di «garantire la comunicazione sociale attraverso trasmissioni dedicate all'ambiente, alla salute, alla qualità della vita, [...] assegnando spazi adeguati alle associazioni rappresentative del settore »;

lo scopo dei programmi e delle rubriche di promozione culturale come «Scala Mercalli», ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera *f*), del citato Contratto di Servizio, è anche «far partecipare la società italiana alla tutela del patrimonio artistico e ambientale del Paese »;

alla luce di quanto esposto in premessa, non si configurano problemi del programma legati allo *share*;

sembrerebbe che la RAI stia ridimensionando, nella durata e nella collocazione in palinsesto, buona parte degli spazi d'informazione dedicati all'approfondimento;

si chiede di sapere:

quali siano le ragioni che hanno portato all'interruzione della messa in onda del programma « Scala Mercalli » e se tale scelta non vada ad impoverire ulteriormente l'offerta del servizio pubblico televisivo di programmi che trattano temi importanti come quelli contenuti nella trasmissione oggetto dell'atto.

(487/2387)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione sopra citata si informa di quanto segue.*

In primo luogo, si ritiene opportuno mettere in evidenza come Rai 3 dedichi grande attenzione ai temi ambientali. In tale ambito si ricordano, a titolo esemplificativo, la storica trasmissione quotidiana « Geo », il programma della domenica « Il Kilimangiaro »; ai temi ambientali, ancora, sono dedicate numerose puntate di « Presa diretta » e « Report », mentre il nuovo programma « Indovina chi viene a cena » di Sabrina Giannini in palinsesto dal 10 ottobre in prima serata si occuperà di alimentazione sostenibile. La Rete, da ultimo, sta lavorando a ulteriori nuovi progetti sui temi dell'ambiente che saranno in onda dall'autunno 2017.

Nel quadro sopra sinteticamente sintetizzato si è quindi ritenuto di non confermare per la stagione televisiva 2016-2017 « Scala Mercalli », programma che nei due anni di messa onda aveva portato alla luce alcune criticità tra le quali – come rilevato dallo stesso conduttore Luca Mercalli – anche una sorta di « esaurimento » della propria linea editoriale; rientra in tale contesto, tra l'altro, anche l'adesione di Mercalli ad un progetto – il Meteo di Rai News 24 – che lo stesso conduttore ha ritenuto maggiormente conciliabile con i propri altri numerosi impegni professionali.

ANZALDI, FREGOLENT. – *Al Direttore generale della Rai* – Premesso che:

all'articolo 2, comma 3, lett. g) e r), del vigente Contratto di servizio si stabilisce che la Rai è tenuta a valorizzare il patrimonio storico, artistico, linguistico e ambientale nazionale e locale e a garantire la comunicazione sociale attraverso trasmissioni dedicate all'ambiente;

« Ambiente Italia » è una trasmissione che dal 1990 racconta le tematiche ambientali su Rai 3;

secondo quanto scritto in un messaggio su *facebook* da Beppe Rovera, storico autore della trasmissione, « Ambiente Italia » è stata cancellata nella nuova stagione televisiva dal palinsesto di Rai 3;

nell'anniversario di COP21, all'ultimo G20 le grandi potenze hanno annunciato la loro adesione all'Accordo di Parigi per ridurre le emissioni di gas serra, al fine di rallentare il riscaldamento globale;

la Rai ha già cancellato dai propri palinsesti anche il programma « Scala Mercalli », che pure trattava di tematiche ambientali;

si chiede di sapere:

per quali ragioni sia stato cancellato dai palinsesti Rai il programma « Ambiente Italia »;

se tale scelta aziendale sia compatibile con la crescente sensibilità per le tematiche ambientali che si registra a livello nazionale e internazionale;

se si ipotizzi di sostituire tale programma con altro che affronti analoghe tematiche. (488/2388)

BONACCORSI, ANZALDI, D'OTTAVIO. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai* – Premesso che:

« Ambiente Italia » va in onda dal settembre del 1990 e che, anno dopo anno, ha consolidato le proprie conoscenze, allargato i propri orizzonti, coinvolto movimenti, centri studi, scuole, ambienti di lavoro;

dapprima in onda da studio, dal 1997 alla metà del duemila è scesa nelle piazze: in diretta, ogni sabato, dalle 14.50 alle 15.50, col conduttore nel cuore di un caso (positivo o negativo, sicuramente emblematico e dunque ideale « grimaldello » per un confronto allargato) e il contributo di inchieste, servizi, collegamenti dal resto del Paese e dal mondo (è capitato spesso di usufruire dei corrispondenti Rai dalla Cina agli Stati Uniti, al resto dell'Europa);

il programma ha sempre trattato attualità stretta e svolto approfondimenti, senza paraocchi, mai venendo meno alla missione di « leggere » quanto accadeva in chiave ambientale. Un lavoro importante perché, proprio grazie al fatto che la trasmissione godeva di una vera e propria rete di corrispondenti nelle varie redazioni, le ricadute non riguardavano solo la confezione del settimanale; i pezzi, i collegamenti erano anticipati e seguiti nei diversi tg regionali;

l'anno scorso, il direttore della TGR Vincenzo Morgante ha stabilito che « Ambiente Italia » doveva essere dimezzato nella durata da un'ora a mezz'ora, per fare posto ad una trasmissione – questa in diretta, da Roma, con collegamenti e servizi – sul Giubileo;

tale decisione senza possibilità di appello indusse il conduttore storico Beppe Rovera a passare la mano e « Ambiente Italia » fu accorpata a Leonardo: smantellata materialmente la redazione, trasferiti in quella del TG scientifico gli inviati;

quest'anno – come perseguendo un disegno preciso – c'è la definitiva cancellazione del programma: la sparizione dal palinsesto di « Ambiente Italia » annunciata dal caporedattore di Torino, Carlo de Blasio, al comitato di redazione della sede di Torino. Con la sola precisazione che, morto « Ambiente Italia », il tg scientifico Leonardo durerà 5 minuti in più (15' anziché 10') e che avrà come dizione « il TG della scienza e dell'ambiente»;

chi ha occasione di seguire i *social network* e in generale l'informazione

online avrà notato come la notizia della chiusura di « Ambiente Italia », con il suo marchio e la sua identità, che già aveva suscitato numerose lamentele lo scorso anno per il vistoso ridimensionamento, abbia in questi giorni scatenato una reazione molto forte nell'ampia comunità di chi si occupa di ambiente;

si chiede di sapere:

le ragioni della decisione sopra riportata e, se non sia più opportuno riprendere una trasmissione come « Ambiente Italia » che in questi anni ha svolto una funzione insostituibile per le questioni del territorio, della natura, dell'ambiente, venendo così incontro alle nuove e ormai affermate sensibilità della nostra società.

(491/2393)

VERDUCCI, VACCARI, CALEO. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai.* – Premesso che:

la trasmissione « Ambiente Italia », in onda dal settembre 1990 su Raitre nazionale, per gli oltre venti anni di programmazione ha inteso, attraverso la proposta di inchieste, riflessioni, confronti e notiziari ambientali, realizzati con la collaborazione delle redazioni regionali della TGR, « raccontare agli italiani come sta un Paese troppo spesso minacciato dall'incuria e dal malaffare, ma anche ricco di uno straordinario patrimonio naturale e culturale, che merita di essere difeso e valorizzato », come ben descritto da Aldo Grasso, nell'Enciclopedia della televisione, che lo stesso sito Rai riprende;

è del 10 settembre 2016 la notizia che la trasmissione è stata cancellata dai palinsesti RAI;

la cancellazione ha fatto seguito ad un ridimensionamento della programmazione, prima attraverso uno spostamento dell'orario di messa in onda che l'ha penalizzata (dalle 14.50 alle 13.00, in contemporanea con i telegiornali di mezza giornata), poi attraverso la riduzione a mezz'ora di trasmissione;

« Ambiente Italia » ha ricevuto nel corso degli anni di programmazione numerosi apprezzamenti, quale ottimo e informato prodotto del servizio pubblico in materia di ambiente, paesaggio, difesa del suolo, sostenibilità, qualità della vita e di salubrità del nostro Paese, e che la decisione di eliminarla dal palinsesto ha provocato numerose proteste, dalla Federazione Italiana Media Ambientali (FIMA), ai media, a membri della Commissione di Vigilanza RAI, preoccupati che il servizio pubblico continui a garantire una adeguata informazione ambientale, a norma di Contratto di servizio;

si chiede di sapere:

quali siano le ragioni che hanno determinato la decisione di procedere alla cancellazione della trasmissione « Ambiente Italia » dal palinsesto RAI, e se non si intenda rivederla alla luce delle esigenze di fornire agli utenti un'informazione ambientale adeguata e partecipativa;

quale sia, ad oggi, la strategia del servizio pubblico televisivo in materia di informazione ambientale, tale da garantire il Contratto di servizio. (496/2408)

RISPOSTA. — *In merito alle interrogazioni sopra citate [488/2388, 491/2393, 496/2408] si informa di quanto segue.*

In primo luogo, si ritiene opportuno mettere in evidenza come per circa 25 anni la TGR Piemonte abbia realizzato — con lusinghieri riscontri in termini di gradimento e di ascolti — due trasmissioni a diffusione nazionale (in onda su Rai Tre): « Leonardo » e « Ambiente Italia »; i due prodotti editoriali, dunque, sono nati in contesti sociali, industriali, scientifici, ambientali oggi profondamente mutati. In più occasioni, quindi, per aggiornare i due programmi, si sono apportate le necessarie modifiche, aggiornamenti, adeguamenti e correttivi, sempre al fine di realizzare due appuntamenti televisivi vivi, interessanti e ampiamente fruibili.

Nel quadro sopra sinteticamente descritto si è ritenuto in questa fase di intervenire con una soluzione incentrata

contestualmente sui due capisaldi del « potenziamento » e della « integrazione », puntando sullo spazio di « Leonardo » (ampliandolo, rafforzandolo e valorizzandolo) e di integrare in questo spazio i temi dell'ambiente, dell'ecologia, della sostenibilità e della salvaguardia del territorio. I motivi principali alla base di tale scelta possono essere così sintetizzati:

« Leonardo » è una trasmissione quotidiana (in onda dal lunedì al venerdì) che, pertanto, gode già di una articolazione, di un impatto e di un rilievo strutturalmente più ampi rispetto ad « Ambiente Italia » (che ha invece cadenza settimanale);

« Leonardo » ha una collocazione più appetibile nel palinsesto di Rai Tre perché è in onda dopo il TG3 del primo pomeriggio (mentre la rubrica sull'ambiente è collocata al sabato mattina).

Sotto il profilo dei contenuti, si è ritenuto di procedere ad una integrazione fra le due trasmissioni, sotto il marchio di « Leonardo », tenendo conto dei mutati paradigmi scientifici e informativi che sostengono le tematiche ambientali: l'attenzione al territorio e alle sue drammatiche problematiche è passata da un approccio prevalentemente protestatario a un più pregnante spessore contenutistico. Naturalmente, la denuncia e la contrapposizione restano elementi rilevanti e per certi versi irrinunciabili nel quadro delle azioni sociali e politiche a sostegno dell'ambiente, ma a essi si è aggiunta progressivamente una necessità di documentazione, di puntualità e di valenza scientifica che sta conferendo nuova carica e nuova linfa all'intera cultura ecologista. A ciò si deve connettere il dato di fatto che, ormai, il campo d'interesse della tradizione ambientalista si è enormemente allargato verso orizzonti che comprendono interessi sociali estremamente diversificati e che vanno — solo per fare due esempi — dalla nutrizione alla geofisica (dove, di nuovo, i punti sensibili e più controversi richiedono supporti oggettivi, in primis nel quadro dell'informazione veicolata dal servizio pubblico).

In tale quadro è da inserire l'operazione di integrazione sopra sintetizzata, con l'obiettivo di posizionare all'interno di un

rinnovato progetto editoriale di taglio scientifico – opportunamente ampliato e potenziato – le questioni collegate alla difesa dell'ecosistema, per consolidare e irrobustire ogni ragione e ogni confronto su temi così delicati, coinvolgenti e quanto mai bisognosi di dati, prove, testimonianze, nonché di apparati critici improntati al rigore delle analisi, delle statistiche e della ricerca.

Per le ragioni suddette il nuovo sottotitolo di « Leonardo » diviene « il TG della scienza e dell'ambiente », con il passaggio della durata quotidiana da 10 a 15 minuti (corrispondenti a livello settimanale ai 25 minuti che costituivano la durata netta di « Ambiente Italia »); la volontà è quella di dare (almeno) ai cinque minuti quotidiani supplementari di « Leonardo » un contenuto attento alle ragioni dell'ecosistema, in tutte le sue declinazioni (in particolar modo quelle articolate su base regionale, nel rispetto della missione della TGR che produce il programma). È peraltro nella natura dell'informazione televisiva l'ampia possibilità che i temi ecologisti superino più volte, e abbondantemente, i cinque minuti aggiuntivi.

ANZALDI. – Al Direttore generale della Rai – Premesso che:

l'articolo 2, comma 3, del vigente Contratto di servizio stabilisce che la Rai « è tenuta a realizzare un'offerta complessiva di qualità, rispettosa dell'identità nazionale e dei valori e degli ideali diffusi nel Paese e nell'Unione Europea, che non siano in alcun modo contrari ai principi costituzionali della sensibilità dei telespettatori e della tutela dei minori (...) » e che sia altresì « in grado di originare presso i cittadini una percezione positiva del servizio pubblico in relazione al costo sostenuto attraverso il canone di abbonamento »;

l'articolo 2, comma 3, lett. e), del vigente Contratto di servizio stabilisce che la Rai è tenuta ad assicurare una gamma di programmi equilibrata e varia, in grado di sviluppare il senso critico civile ed etico della collettività nazionale e di mantenere

un livello di ascolto idoneo per l'adempimento delle proprie funzioni e di rispondere alle esigenze democratiche e sociali e culturali della società nel suo insieme;

nella nuova stagione televisiva su Rai 2 andrà in onda il programma « Giovani e ricchi », un *docu-reality* dedicato ai figli dei multimilionari che amano fare mostra del proprio lusso sui *social*;

si chiede di sapere:

per quali ragioni la Rai abbia deciso di mandare in onda un programma come « Giovani e ricchi »;

se tale programma possa ritenersi compatibile con quella missione di servizio pubblico che in base alla concessione e al vigente Contratto di servizio è propria della Rai;

quale progetto editoriale sia alla base della scelta di mettere in onda questo programma;

quanto sia costata la produzione del programma;

quanto siano costate le trasferte del personale Rai negli esclusivi luoghi di villeggiatura dove è stata ripresa la bella vita di questi giovani ricchi. (489/2389)

LUPI. – Al Direttore generale della Rai – Premesso che:

in data 12 settembre Rai2 ha trasmesso in seconda serata la trasmissione « Giovani e Ricchi », un *docu-reality* sulla lussuosa vita privata dei rampolli di famiglie molto facoltose;

per un'ora i telespettatori sono stati informati con minuzia di particolari sull'impatto che ha su un giovane di ventidue anni spostarsi in elicottero invece che aspettare un pullman, e coinvolti filosoficamente nella dicotomia interiore che si apre in una ragazza di venticinque anni mentre è chiamata a scegliere tra Lamborghini e Ferrari come auto per il *weekend* in Costa Azzurra;

non si intende dare né sollecitare alcun giudizio morale su come ognuno spende i suoi soldi, guadagnati o ereditati che siano;

qualche problema insorge piuttosto su come la Rai spende i soldi dei cittadini confluiti nel canone, ora in modo automatico tramite la bolletta elettrica, per ottenerne in cambio un servizio pubblico;

ci si chiede se sia questo il modo migliore di impiegarli, essendo vite, immagini e notizie su questi giovani milionari già ampiamente reperibili su Instagram e sui *social*;

il programma in oggetto ha obiettivamente ottenuto un ottimo risultato in termini di ascolto (10,5 per cento di *share*);

considerato che:

il direttore generale della Rai Antonio Campo dell'Orto a un convegno promosso da Area popolare su «La nuova mission della televisione pubblica» aveva affermato quanto segue: «Io credo che il servizio pubblico in tutti i Paesi è ancorato a tre termini: educare divertire, informare. [...] Il servizio pubblico ancor più che in passato, deve mettersi al servizio degli altri. [...] Non c'è dubbio che nel servizio pubblico l'idea di inclusività debba essere centrale, cioè portare nuovi linguaggi a chi ancora non li ha incrociati. [...] I contenuti sono il cuore del sistema che deve essere disegnato, cercando di comprendere cosa è avvenuto in termine di linguaggi. [...] Il tema è come possiamo accompagnare meglio il racconto quotidiano per far in modo che le persone trovino riflessa in qualsiasi tema, anche nelle domande dei quiz e non solo nell'informazione che è il cuore del servizio pubblico, la quotidianità per come è»;

la direttrice di Rai2 Ilaria Dallatana in commissione di Vigilanza aveva dichiarato di avere come obiettivo quello di «andare avanti con discontinuità, lavorando su un *mix* di codici tradizionali e nuovi per attirare nuovo pubblico»;

si chiede di sapere:

i costi di «Giovani e Ricchi» rendendoli pubblici;

come questa trasmissione si inserisca nel percorso di rinnovamento e di qualità da lui più volte prospettato per il servizio pubblico televisivo;

una volta per tutte la posizione dello *share* nella scala di valori e di criteri con i quali si decide la produzione di un programma o l'acquisto di un *format* ritenuto «servizio pubblico», dissolvendo i dubbi sulla sua primazia, difficilmente compatibili con il prolungamento di programmi con indici d'ascolto decisamente negativi. (492/2398)

RISPOSTA. – *In merito alle interrogazioni sopra citate [489/2389 e 492/2398] si informa di quanto segue.*

Il programma «Giovani e ricchi» – indagine di una sola puntata di 50 minuti andata in onda lunedì 12 settembre dopo «Pechino express» – si è posto l'obiettivo di fornire un punto di osservazione di un fenomeno globale, quello dell'ostentazione di certi stili di vita tramite social, che interessa anche i giovani italiani. Lo sguardo del programma è quello documentaristico, con un approccio «scientifico», che in modo distaccato – senza concessioni all'esaltazione o al dileggio – fornisce un racconto di un fenomeno che i ragazzi italiani seguono e che non ha confini; in tale quadro, pertanto, si ritiene che il programma stesso – che sarà seguito da altri documentari finalizzati a raccontare il mondo dei ragazzi su temi quali, a titolo di esempio, il bullismo – sia coerente con la missione di servizio pubblico.

Sotto il profilo tecnico produttivo il programma è stato realizzato attraverso un appalto totale realizzato dal regista documentarista, con un costo complessivo inferiore alla media di un programma tipo di seconda serata.