

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

S O M M A R I O

Sulla pubblicità dei lavori	103
Esame dello schema di Contratto di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A., per il periodo 2018-2022 (Atto n. 477) (<i>Esame e rinvio</i>)	103
Comunicazioni del Presidente	104
ALLEGATO (<i>Quesito per il quale è pervenuta risposta scritta alla presidenza della Commissione (n. 659/3198)</i>)	105
UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI	104

Martedì 28 novembre 2017. — *Presidenza del presidente Roberto FICO.*

La seduta comincia alle 13.50.

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 anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

Esame dello schema di Contratto di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A., per il periodo 2018-2022. (Atto n. 477).

(*Esame e rinvio*).

Roberto FICO, *presidente*, ricorda che l'ordine del giorno reca l'esame dello schema di Contratto di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la

RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A., per il periodo 2018-2022, su cui la Commissione è chiamata, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera *b*), numero 10), della legge n. 249 del 1997, ad esprimere il proprio parere.

Propone che, analogamente a quanto avviene per le audizioni, anche per questa seduta sia pubblicato il resoconto stenografico.

(*La Commissione concorda*).

Roberto FICO, *presidente*, ringrazia i numerosi auditi e i componenti della Commissione che hanno concorso all'approfondita istruttoria sul provvedimento in esame.

Dà quindi la parola al relatore Lupi e successivamente alla relatrice Nesci.

Il deputato Maurizio LUPI (AP-CPE-NCD), *relatore*, e la deputata Dalila NESCI (M5S), *relatrice*, esprimono le rispettive considerazioni sullo schema di Contratto di servizio.

Prendono la parola, per formulare osservazioni, il senatore Alberto AIROLA

(M5S), il deputato Vinicio Giuseppe Guido PELUFFO (PD), i senatori Jonny CROSIO (LN-Aut), Salvatore MARGIOTTA (PD) e Maurizio GASPARRI (FI-PdL XVII) e il deputato Giorgio LAINATI (AP-CPE-NCD),

Roberto FICO, *presidente*, nel rinviare ad altra riunione il seguito della discussione, dichiara conclusa la seduta.

Comunicazioni del Presidente.

Roberto FICO, *presidente*, comunica che è pubblicato 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, il quesito n. 659/3198, per il quale è pervenuta ri-

sposta scritta alla Presidenza della Commissione (*vedi allegato*).

La seduta termina alle 15.

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

UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI

Martedì 28 novembre 2017. — Presidenza del presidente Roberto FICO.

L'ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, si è riunito dalle 15 alle 15.05.

ALLEGATO

**QUESITO PER IL QUALE È PERVENUTA RISPOSTA SCRITTA ALLA
PRESIDENZA DELLA COMMISSIONE (n. 659/3198)**

BRUNETTA. – *Alla Presidente e al Direttore generale della Rai* – premesso che:

il programma « Che tempo che fa » in onda su Rai Uno la domenica in prima serata ed il lunedì in seconda serata con il *format* « Che fuori tempo che fa » sta registrando, in termini di ascolto, risultati piuttosto deludenti;

tra la puntata di debutto di domenica 24 settembre e l'ultima andata in onda domenica 5 novembre il *talk show* condotto dal celebre Fabio Fazio ha registrato una flessione di ben 6 punti percentuali di *share*;

prendendo in esame le prime quattro puntate del programma « Che tempo che fa », andate in onda prima dello stop dovuto al Gran premio, si evidenzia che la media ponderata (media del primo e secondo parziale di ascolto) è stata di 3.860.000 spettatori con uno *share* del 17,4 per cento e scendendo più nel dettaglio, la media del primo parziale delle quattro puntate si attesta a 4.548.000 spettatori (*share* 18,1 per cento);

tra la prima e la quarta puntata, in onda la domenica sera, Fabio Fazio ha registrato una flessione importante, pari al 26,2 per cento dell'ascolto medio passando da 4.395.000 (*share* 19,8 per cento) a 3.244.000 spettatori (*share* 14,6 per cento), con una diminuzione in valori assoluti di -1,15 milioni di spettatori (-5,2 punti di *share*);

prendendo in esame soltanto il dato del 1° parziale, dalla prima alla quarta puntata, il dato negativo è ancora più accentuato: si registra, infatti, una flessione dell'ascolto del -26,6 per cento, con un crollo di -1.370.000 spettatori (-5,9 punti di *share*);

un anno fa, nelle corrispondenti quattro domeniche, RaiUno trasmetteva due repliche della *fiction* « Don Matteo 9 » (a costo zero), la partita « Macedonia-Italia » e la prima puntata della terza stagione della *fiction* « Braccialetti Rossi » con una media di spettatori di 4.450.000 (*share* 18,3 per cento);

sempre l'anno scorso, la *fiction* « Braccialetti Rossi 3 » aveva raggiunto una media di 4.130.000 spettatori (*share* 16,5 per cento), mentre « Che tempo che fa » del 15 ottobre 2017 ha chiuso con 3.244.000 spettatori (*share* 14,6 per cento) e pur prendendo in esame il dato del 1° parziale di « Che tempo che fa » (3.762.000 spettatori) gli ascolti della *fiction* andata in onda lo scorso anno sono comunque più alti;

la situazione per la Rai è ancora più drammatica nella seconda serata di lunedì con « Che fuori che tempo che fa »: nello specifico, la prima puntata è stata seguita da 1.750.000 spettatori (*share* 14,8 per cento), mentre l'ultima puntata, andata in onda lunedì 6 novembre, è stata seguita da 979.000 spettatori (8,3 per cento di *share*) registrando una flessione di quasi un punto e mezzo di *share* rispetto alla puntata del lunedì precedente;

nel confronto con Mediaset, in merito agli ascolti registrati la domenica in prima serata, Rai Uno è in perdita;

nelle prime quattro domeniche in cui è andato in onda il programma di Fazio, su Canale 5 andava in onda la soap « Il segreto » con un ascolto di circa 3.350.000 spettatori (*share* 14,0 per cento); nelle quattro serate in cui è andato in onda « Che tempo che fa », Canale 5 con la *fiction* « L'isola di Pietro » ha raggiunto un

ascolto medio di 4.31 (*share* 18,1 per cento); incrementando il suo ascolto del 29 per cento circa, con una variazione di + 960.000 spettatori (+ 4,1 punti di *share*);

la media ponderata del primo e secondo parziale di ascolto della puntata di domenica 5 novembre di « Che tempo che fa » non arriva nemmeno al 15 per cento di *share*, registrando infatti il 14,05 per cento, mentre su canale 5 la *soap* « le tre rose di Eva » ha raggiunto il 14,6 per cento di *share* con 3.479.000 telespettatori;

l'anno scorso la prima serata domenicale di Rai1 superava quella di Canale 5 di 1.100.000 di spettatori (+ 4,3 punti di *share*); quest'anno, considerando il netto di « Che tempo che fa », la Rai è sotto rispetto a Canale 5 di ben 450.000 spettatori (-0,7 punti di *share*);

utilizzando il dato del 1° parziale (dalle 20:45 alle 22:30), il *gap* di RaiUno su Canale5, da 1.100.000 (+ 4,3 punti di *share*) dell'anno scorso, diminuisce di ben 240.000 spettatori (-0,2 punti di *share*);

gli ascolti deludenti registrati dalla trasmissione condotta da Fabio Fazio non giustificano in alcun modo il costo sostenuto dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo per la realizzazione della stessa trasmissione nonché il compenso milionario percepito dallo stesso conduttore in violazione di quanto stabilito dall'articolo 9 della legge 26 ottobre 2016, n. 198, in merito all'applicazione del limite retributivo di 240.000 euro annui anche ai contratti di collaborazione e di natura artistica;

il compenso milionario del celebre conduttore, in ragione degli ascolti registrati, non è giustificabile anche nei confronti dei cittadini contribuenti che, nonostante i sacrifici, continuano a pagare il canone;

si chiede di sapere:

quali iniziative di propria competenza intendano assumere i vertici Rai al fine di evitare il ripetersi di risultati così deludenti che danneggiano l'immagine dell'azienda del servizio pubblico radiotelevisivo, causando importanti perdite anche in termini di introiti pubblicitari, e se non

intendano prendere in considerazione l'ipotesi di apportate modifiche ai palinsesti in essere. (659/3198)

RISPOSTA. – *In merito all'interrogazione in oggetto si informa di quanto segue.*

Nel rinviare a quanto emerso nel corso delle audizioni tenute presso la Commissione il 1 agosto e il 18 ottobre per una più puntuale analisi della tematica oggetto dell'interrogazione di cui sopra, si segnala quanto segue.

L'inserimento la domenica in prima serata dalle 20.35 nel palinsesto di Rai 1 dalla stagione 2017/2018 di « Che tempo che fa » e il lunedì sera del programma di seconda serata « Che fuori tempo che fa » aveva l'obiettivo di arricchire l'offerta di Rai 1 allargando il target del pubblico che segue la rete; per tale ragione il progetto è stato affidato ad un artista che ha con Rai un rapporto decennale, consolidato negli ultimi anni con Rai 3, ma anche con programmi di successo su Rai 1.

Nel quadro sopra sintetizzato, nella valutazione dei risultati del progetto devono essere considerati sia parametri di carattere editoriale che di ascolto e di costo.

Per quanto attiene al profilo editoriale, la scelta di spostare il programma sulla prima rete è finalizzata a:

consolidare ed arricchire il profilo dell'offerta della Rete principale della Rai, puntando su un programma consolidato, che fin dal suo esordio nel 2003 nella fascia di access del weekend di Rai 3 ha saputo evolversi trovando una formula vincente di intrattenimento culturale, capace di coniugare gli ascolti con qualità, identità, credibilità e autorevolezza nei confronti del pubblico e del mondo della cultura, dello spettacolo, delle istituzioni e della società;

migliorare il mix di offerta di Rai 1 portando stabilmente a tre serate settimanali l'intrattenimento di prima serata e introducendo un appuntamento fisso di seconda serata che, per temi e linguaggi, si differenzia in modo sostanziale da quanto già presente nell'offerta della rete;

introdurre una lunga serialità di intrattenimento in prima serata capace di

fidelizzare il pubblico e al tempo stesso di ottimizzare il costo medio collocandosi su valori di gran lunga inferiori a quelli degli altri titoli di produzione.

Per quanto riguarda invece gli aspetti di carattere quantitativo, gli indicatori riguardano:

a) crescita ascolti prime time autunno Rai 1 vs Canale 5: Rai 1 si rafforza in prime time passando dal 16,8 per cento di share dell'autunno 2016 al 18,9 per cento del 2017 con un aumento del +2,1 per cento. Nello stesso periodo il vantaggio su Canale 5 cresce dal +1.5 per cento del 2016 al +2.7 dell'autunno 2017:

			Rai 1	Canale 5	RAI 1 VS CANALE 5
20:30-22:30	PRIME	AUTUNNO 2016	16,8%	15,4%	+1,5%
	TIME	AUTUNNO 2017	18,9%	16,2%	+2,7%
2017 vs 2016			+2,1%	+0,8%	

(dati 11/9 – 19/11 2017 vs 2016)

b) crescita ascolti domenica Rai 1: lo scorso anno il palinsesto di prima serata domenicale di Rai 1 prevedeva *Affari tuoi in access + Fiction in prima serata*. Per avere un confronto corretto è quindi necessario calcolare i tre segmenti ed in particolare:

1. il risultato di *Che tempo che fa* sulla fascia di *Affari Tuoi*

2. il dato di *Che tempo che fa* sulla fascia della *fiction di prima serata*

3. il dato complessivo di *Che tempo che fa* rispetto ai risultati sulla fascia analoga del 2016

ASCOLTO SHARE

FASCIA AFFARI TUOI	20:45-21:10	2016	3.749.607	14,9%
		2017	4.472.156	17,6%
			+722.549	+2,7%
FASCIA FICTION	21:10-23:20	2016	3.675.493	14,9%
		2017	3.737.582	15,4%
			+62.089	+0,4%
FASCIA COMPLESSIVA	20:45-23:50	2016	3.312.984	14,3%
		2017	3.630.835	15,7%
			+317.851	+1,4%

Periodo 24/9/2017 – 19/11/2017 (esclusi 22 e 29 ottobre per sport Formula 1)

Periodo 25/9/2016 – 20/11/2016 (esclusi 23 e 30 ottobre per omogeneità di confronto e 9 ottobre per sport Nazionale Italia-Macedonia)

c) diminuzione costi domenica prima serata Rai 1 2017 vs 2016: come evidenziato si ottiene un rafforzamento degli ascolti di Rai1 la domenica con costi decisamente inferiori. Infatti, ad eccezione delle prime 2 domeniche della stagione, la struttura di palinsesto dell'autunno 2016 (Affari Tuoi + Fiction) è decisamente più costosa se confrontata con quella dell'autunno 2017 (Che tempo che fa + Il tavolo), il costo di una prima serata di Rai 1 nel 2017 è circa un terzo dei costi di una prima serata della domenica del 2016. A proposito dei costi va ricordato che il competitor Canale 5 ha rafforzato le sue serate della domenica passando da IL SEGRETO soap a bassissimo costo a prodotti di fiction come L'ISOLA DI PIETRO, LE TRE ROSE DI EVA, ROSY ABATE che hanno costi enormemente più alti.

d) NUOVI CONTATTI Rai 1: nelle settimane in cui è andato in onda Fazio i programmi di Rai 1 di prima serata hanno aggiunto nuovi contatti per la rete; a titolo di esempio, nella settimana 5-11 novembre (ma il dato è analogo anche per le altre settimane, escludendo quella con la partita della nazionale italiana di calcio) i programmi di prima serata di Rai 1 hanno raggiunto complessivamente 28.3 milioni

di contatti unici. Che tempo che è il programma che aggiunge più di tutti « contatti nuovi »: senza tale programma, i contatti di Rai 1 scendono a 24.9 milioni mentre in assenza di qualunque altra prima serata i contatti complessivi della Rete restano superiori ai 26 milioni. Pertanto, si può concludere che « Che tempo che fa » porta su Rai 1 circa 3 milioni di spettatori nuovi ovvero che abitualmente non seguono Rai 1.

e) il lunedì seconda serata: anche qui l'analisi dei dati non può prescindere dal contesto competitivo. Tutte le puntate di Che fuori tempo che fa si sono confrontate con uno dei programmi di prima serata più forti di Canale 5, il Grande fratello VIP. L'edizione attuale del reality show è la più seguita degli ultimi 7 anni. Rispetto alla prima edizione vip dello scorso anno è in crescita di 490 mila spettatori (corrispondenti al +2.7 per cento di share). Se si considerano le seconde serate di Rai 1 andate in onda negli ultimi 2 anni contro il Grande Fratello VIP, Che fuori tempo che fa risulta la più vista con una media di 10,6 per cento e 1,3 milioni di spettatori: il dato del programma, quindi, risulta assolutamente in linea con le aspettative contro un competitor così forte.