

**Audizioni nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399).**

**Audizione della direttrice generale dell'EBU-European Broadcasting Union, Ingrid Deltenre.**

Lainati Giorgio *Presidente* .....

Airola Alberto (M5S).....

Deltenre Ingrid, *direttore generale dell'EBU*.....

Peluffo Vinicio Giuseppe Guido (PD).....

Rossi Maurizio (Misto-LC).....

**Audizione della direttrice generale dell'EBU-European Broadcasting Union, Ingrid Deltenre**

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'art. 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 e la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, successivamente, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Onorevoli colleghi, come sapete, avremmo dovuto audire il presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, Giovanni Pitruzzella, ma ha comunicato che è ammalato, e quindi non è potuto intervenire. Ha mandato, però, una nota scritta, che presumo sia già stata distribuita.

L'ordine del giorno reca l'audizione, nell'ambito dello schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri concernente l'affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con l'annesso schema di convenzione (Atto n. 399), della direttrice generale dell'EBU-European Broadcasting Union, Ingrid Deltenre, che, anche a nome dei colleghi, ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

È inoltre presente il dottor Giacomo Mazzone, Capo delle Relazioni Istituzionali, che ringrazio per la sua presenza.

Come convenuto dall'Ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi, invito i colleghi a contenere il proprio intervento entro i cinque minuti.

MAURIZIO ROSSI. Intervengo sull'ordine dei lavori. Ritenendo l'audizione del presidente Pitruzzella forse la più importante, ma sicuramente una delle più importanti in assoluto su questa convenzione, richiedo di valutare se non fare un'eccezione e chiedere se potrà venire,

eventualmente, martedì prossimo.

PRESIDENTE. Magari in Ufficio di presidenza, senatore, potremo decidere in merito.

Abbiamo, dunque, il piacere di avere con noi, per un'importante audizione anch'essa, la direttrice generale dell'EBU, madame Deltenre, che saluto e alla quale do il benvenuto a nome di tutti noi. Siccome abbiamo già, gentile signora, avuto il piacere di averla ospite, lei non si sentirà per la prima volta qui.

INGRID DELTENRE, *direttore generale dell'Ebu*. Ringrazio il presidente Fico, che non c'è, i relatori Peluffo e Rossi e i membri della Commissione parlamentare di vigilanza che hanno richiesto ancora una volta all'UER (Unione europea di radiodiffusione) di venire. Normalmente, veniamo con una presentazione *PowerPoint*, che oggi non faremo. Leggerò un testo che abbiamo preparato. Per me, è più facile.

Per noi è un grande onore essere qui e anche una grande responsabilità, perché si tratta della Rai, l'istituzione culturale e democratica indispensabile, mi sembra, per una società come quella italiana.

Ho letto con attenzione i documenti delle audizioni precedenti e le domande del senatore Rossi, che ho ricevuto solo ieri mattina, ma era troppo tardi per potervi rispondere oggi, a meno di non intrattenervi al di là dei tempi che mi sono dati per oggi. A quelle a cui non potrò rispondere oggi risponderemo dopo per iscritto, se siete d'accordo. Da queste letture, però, mi sono fatta un'idea di quali siano le preoccupazioni principali della Commissione.

Non vi spiegherò di nuovo che cos'è l'UER, perché non è la prima volta che sono qui, e lei lo sa già, perciò vi ricordo solo che è un'associazione di *media* del servizio pubblico, ma anche commerciali. Per dare un esempio, la RTL, la TV1, Canal+, ITV, Channel One in Russia sono *media* commerciali, come sa. RTL, Canal+, TFA, ITV, TV2 e TV4 in Svezia e Norvegia: sono non solo servizi pubblici.

Devo dire che la Rai è sicuramente un membro molto importante, oltre che fondatore. La Rai è molto attiva nell'EBU. Non ho parlato né con Campo Dall'Orto, né con Monica Maggioni, né con nessun altro della Rai. Non ho ricevuto alcuna istruzione di fare il punto. Se oggi parlo qui, lo faccio sulla base della mia esperienza degli altri Paesi. Sono indipendente, parlo in nome dell'UER e non della Rai. Questo è molto importante e lo voglio dire qui... Quando ho ricevuto le domande del senatore Rossi, non ero sicura che fosse chiaro. Per questa ragione, ho voluto chiarirlo adesso.

Cominciamo a parlare della concessione. Ricordo che lo strumento della concessione non

esiste in tutti i Paesi, ma solo in quelli in cui la radio è nata come iniziativa privata prima di essere nazionalizzata. L'Italia, la Gran Bretagna, la Svizzera, Paesi in cui Marconi ha lanciato la sua invenzione a fini commerciali, sono quelli in cui lo Stato ha nazionalizzato un soggetto privato.

Questo spiega perché alcuni Paesi abbiano la concessione, una minoranza in Europa, e altri abbiano un ente pubblico nato apposta per svolgere questa funzione, che, come tale, non ha bisogno di una concessione. Pubblici o privati che siano questi soggetti, hanno in comune l'affidamento da parte dello Stato di un compito troppo delicato per restare in mani private, come sappiamo: la comunicazione ai suoi cittadini.

La concessione preesiste, dunque, alle regole dell'Unione europea, che ne ha preso atto nel Protocollo di Amsterdam, riconoscendone la legittimità e la non violazione delle regole sugli aiuti di Stato. In aggiunta a ciò, la direttiva sugli appalti pubblici recentemente rinnovata, nel 2014, ha previsto l'esplicita esclusione dei servizi audiovisivi dalla normativa europea, quindi la concessione alla Rai dal Governo italiano, così come quella alla BBC dalla regina di Inghilterra nel 2016 e quella dal Portogallo alla RTP nel 2015, sono perfettamente in linea col diritto europeo e con quello italiano che ne deriva. Con questo spero di aver chiarito uno dei dubbi del senatore Rossi, cui il nostro ufficio giuridico potrà fornire tutta la documentazione necessaria, se servirà.

Un'altra domanda del senatore Rossi è perché questa concessione debba essere data alla Rai e non a un altro soggetto, egualmente di diritto privato, o a una pluralità di soggetti diversi, come Mediaset o altri.

La risposta è la stessa data in Gran Bretagna o in Portogallo prima che a voi. Queste domande arrivano sempre quando si parla della concessione.

Vi è un solo soggetto nel Paese che ha accettato una serie di vincoli collegati alla missione di servizio pubblico, che per esempio ha accettato di avere una *governance* nominata dal Parlamento, che non a fini di lucro, le cui risorse sono limitate dal Parlamento, che accetta una serie di vincoli che nessun privato accetterebbe mai.

In Portogallo, il Governo ultraliberale, prima di rinnovare la concessione alla RTP, ha provato a offrirla ai privati, ma nessun soggetto privato si è fatto avanti. Solo un gruppo finanziario angolano ha mostrato interesse. Lo stesso è accaduto in Danimarca, dove il Governo voleva privatizzare il secondo canale, TV2: quando solo gruppi stranieri si sono fatti avanti, ha rinunciato per una questione di sovranità nazionale.

Fossi in voi, vista la scalata di gruppi stranieri in corso a Mediaset, mi terrei stretta la Rai, pur con tutti i suoi difetti. In un mondo sempre più interconnesso e globale, ormai il servizio pubblico radio e TV è in molti Paesi l'unico soggetto rimasto in mani nazionali, come in Spagna e

in Polonia.

Adesso parliamo della concessione. In base allo standard dell'UER, questa bozza di convenzione è un buon testo, che riflette tutti i nostri principi e le nostre raccomandazioni. Il primo principio apprezzabile è quello di fissare una missione ampia, che copra tutti i generi di programmi, che affidi al servizio pubblico come missione primaria quella di informare i cittadini, di rappresentare la diversità culturale e di offrire programmi a tutti, alla maggioranza come alle minoranze.

Il secondo principio che ritroviamo è quello di chiedere al servizio pubblico di essere imparziale, di fissare obiettivi alti per la sua programmazione e di fissare standard di qualità per la sua offerta di programmi e di informazione, e questo, in un'epoca di *fake news* è un elemento essenziale.

Il terzo principio condivisibile è che la concessione deve essere a prova di futuro. Lo ritroviamo nell'articolo 1, comma 1, dove a TV e radio è stato aggiunto il termine «multimediale», o laddove si chiede alla futura Rai di raggiungere tutti i cittadini in maniera sempre più efficiente attraverso l'uso delle nuove tecnologie.

Il quarto principio innovativo della concessione è quello che la missione del servizio pubblico deve essere tecnologicamente neutra, e cioè esplicitata attraverso tutte le piattaforme disponibili (TV, radio, multimedia).

Per questo, apprezziamo molto come UER lo spirito con cui questa concessione è stata scritta, ponendo al centro i valori del servizio pubblico europeo: l'universalità, l'indipendenza, la qualità, la diversità, la responsabilità sociale, l'innovazione. Sono valori di base di un servizio pubblico.

Sulla base delle considerazioni di cui sopra, mi sento di dire che questo nuovo testo di concessione è tra i migliori in circolazione in Europa, tanto da poter essere adottato come una buona base di partenza anche per altri Paesi.

Ciò premesso, però, nel testo ci sono due cose che non raccomanderei ad altri Paesi di includere. La prima è che nel testo si dice che la Rai dovrebbe ridurre il numero di canali, così come quello delle redazioni. È un testo che durerà per dieci anni, adesso scrivete qualcosa nel testo che dopo sette anni sarà un po' strano, mi sembra. Penso che questo tipo di dibattito andrebbe fatto, piuttosto, in sede di discussione del contratto di servizio. Non è per me una questione da concessione, ma da contratto, *two different levels: in ten years, this is looking old-fashioned and not like* concessione.

Il mio suggerimento è di lasciar perdere, in questa sede, di discutere del numero di canali. La

loro fine sarà determinata anche dal mercato. È un tempo in cui si parla di *YouTube*, di *Netflix*, di *Google*. Hanno tutti delle applicazioni sugli *iPad*. Il numero di canali non è essenziale, perché sono ancora molti di più i canali su *YouTube*. Allora, il canale sarà qualcosa su cui la Rai ragionerà se avrà ancora senso, costando il satellite, costando la distribuzione, ma veramente forse ha più senso ed è più efficace avere un canale in più solamente su *Internet*.

Questo sviluppo si vede anche, per esempio, in Gran Bretagna, dove hanno messo il canale *BBC three*, un canale per i giovani. Hanno detto che non bisogna più avere un canale per i giovani sulla televisione, e lo fanno solamente in internet, per dare un'idea. Sono sicura che Campo Dall'Orto, per come la pensa, sarà molto aperto a delle riflessioni. Questo è qualcosa che il mercato e anche la Rai faranno, ma sulla base di analisi ed efficacia. Per questa ragione, mi sembra, se si vuole parlare di questo, che non ci sia bisogno di metterlo in una concessione, ma piuttosto nel contratto di servizio.

La seconda preoccupazione, assai più rilevante per me, riguarda l'idea che il *budget* a disposizione del servizio pubblico possa essere deciso di anno in anno. Questo è molto pericoloso. Se davvero volete, come è scritto nella concessione della Rai, che la Rai sia capace di cambiare, di innovare, allora la Rai, come qualsiasi altra organizzazione complessa sul mercato, ha bisogno di certezze a lungo termine. Ogni organizzazione può fare *a three years* o *a five years plan*. Nessuna organizzazione fa una pianificazione per un anno perché l'altro anno non si sa più se veramente quello che si può aspettare arriverà.

Per questa ragione, mi sembra, se volete avere una Rai forte, che può cambiare, fare tutta la trasformazione necessaria rimanendo indipendente dalla politica, che debba esserci una sicurezza più grande. Se c'è un contratto di servizio che dura cinque anni, dovrebbe avere una visione finanziaria per lo stesso periodo.

Queste sono per me le due cose più importanti del testo. Questo è abbastanza normale in Europa. Anche la BBC non sta discutendo il suo *budget* anno per anno con il Parlamento, il Governo o altri. Lo si fa, per esempio, in Romania, dove anno per anno il Parlamento discute il *budget*, che normalmente sarà rigettato, e con questo anche il *board* e il direttore generale se ne andranno via o dovranno lasciare. Questo è forse l'esempio più negativo in Europa. Qui si deve fare attenzione.

Mi sembra che forse sia meglio fermarsi qui per non sforare i tempi, ma avrei molte altre cose da dire, dalla contabilità separata per esempio... Ma forse è meglio, se avete delle domande, che io risponda immediatamente.

PRESIDENTE. Ringraziamo Madame Deltenre per il suo intervento.

Do ora la parola agli onorevoli colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni. Cominciamo dal senatore Rossi, al quale mi permetto di ricordare, prima di dargli la parola, che Madame Deltenre ha annunciato delle risposte scritte alle sue questioni che gli saranno fornite in tempi immagino abbastanza rapidi.

MAURIZIO ROSSI. Ringrazio Madame Deltenre. È bene avere, per me, le risposte scritte, ma non solo per me, ovviamente a disposizione di tutti i colleghi. Mi dispiace che siano arrivate solo ieri le domande. Entriamo solamente su due punti.

Innanzitutto, ci può descrivere come nei diversi sistemi europei viene inserita la pubblicità nei canali di servizio pubblico? Uno dei punti fondamentali che preoccupa molto di questa nuova convenzione è il possibile vantaggio competitivo che il soggetto pubblico può avere con a disposizione circa 20 miliardi di *budget* nei dieci anni – saranno ritoccati annualmente, ma sappiamo che saranno sostanzialmente quelli – con i quali effettuare acquisti di programmi anche dai costi molto rilevanti.

Io cito sempre un esempio come quello più tipico: la partita della Nazionale di calcio. Sono certo che la partita della Nazionale italiana debba essere considerata servizio pubblico. Nel momento in cui, però, la Rai compra quel programma pagandolo una cifra enorme – più avanti andremo, più sarà grande, magari 10-20 milioni di euro, e naturalmente grazie al denaro pubblico è la Rai l'unico soggetto che potrà comprarlo – e ci inserisce la pubblicità, ha chiaramente un vantaggio competitivo derivante dall'aiuto di Stato. Gli altri soggetti non erano in grado di farlo. Secondo me, andrebbe totalmente vietato, da quindici minuti prima a quindici minuti dopo, in questi eventi costosissimi che solo Rai può comprare, l'inserimento di pubblicità.

Addirittura, nel caso di Rai, la vendita non avviene specificamente per quella partita, ma anzi dà l'opportunità alla Sipra di vendere due *spot* lì dentro e di comprargliene altri 10 là, 5 qua, 20 là, creando un pacchetto intorno a quel prodotto, che diventa super-competitivo in confronto a tutto il resto del mercato. Questo, secondo me, è totalmente illegittimo e fuori dalle norme sulla concorrenza, su cui avrei voluto chiedere al presidente Pitruzzella.

Il secondo punto, secondo me molto delicato, è quello dell'affollamento pubblicitario. Noi sappiamo che negli altri Paesi l'affollamento pubblicitario è molto inferiore a quello che c'è sulla Rai, che la percentuale in tutta Europa è...

Sì, TV pubbliche. Stiamo parlando, ovviamente, di soggetti che ricevono i soldi del canone. La percentuale è molto inferiore a quella italiana. Addirittura, in Germania, dopo le otto di sera non

viene inserito neanche uno *spot*, e non solo. In altre Nazioni, le situazioni sono simili, come in Francia e altrove.

Inoltre, l'utilizzo di denaro pubblico è stato oggetto, ad esempio con l'inserimento di internet nella televisione pubblica, di fortissime contestazioni. Qual è la motivazione? È sempre l'aiuto di Stato.

Tu, televisione pubblica tedesca, ricevi negli anni decine di miliardi di canone, utilizzi una cifra – tra l'altro, abbiamo chiesto, ma a oggi non conosciamo l'investimento che Rai sta facendo su *Internet* – che può essere totalmente sproporzionata rispetto a quella di qualsiasi altro soggetto di mercato, quindi hai un vantaggio competitivo e rischi di creare una distorsione del mercato per due ragioni.

Anzitutto, se per caso pensassi di metterci la pubblicità, diventa evidente che hai speso una cifra enorme, che altri non si potrebbero permettere, e poi ci metti la pubblicità: è chiaro che riuscirai a venderla, ma hai speso denaro pubblico per realizzare quel prodotto.

In secondo luogo, se anche non ci metti la pubblicità, grazie a quest'enorme investimento stai togliendo milioni e milioni di *click* a soggetti privati che erano sul mercato e fai crollare il valore del loro prodotto.

Per questa ragione, mi risulta che in Germania ci sia stata una normativa stringente, chiesta dagli editori tedeschi, che vieta un forte investimento da parte della televisione pubblica tedesca proprio sul *web*, perché lo giudicano molto pericoloso per il prosieguo delle loro attività.

Queste sono, per me, le due domande principali dopo che mi ha detto che avrebbe risposto alle altre per iscritto, ma le chiedo ancora due cose.

L'EBU ha avuto, in passato, una grandissima importanza nella gestione dei diritti sportivi europei. Oggi, purtroppo, e lo dico con dispiacere – sono convinto che sarebbe giusto vedere molti prodotti in chiaro sulla televisione di Stato, per la quale il cittadino paga il canone – non ci illudiamo, il mercato non ce lo consentirà più. Mi sembra, infatti, ma lei ne sa molto di più di me, e proprio per questo glielo chiedo, che ad esempio in Inghilterra ci sia stato con la nuova convenzione un invito a diminuire fortemente l'investimento sui diritti sportivi, che portano fuori *budget* interamente il servizio pubblico.

Secondo lei, è proprio la fine di un sistema? Che cosa fanno poi le televisioni? Comprano e ricomprano diritti dagli altri soggetti? La Rai deve andare, a questo punto, da *Discovery* a comprare i diritti delle Olimpiadi o a comprare i secondi diritti della Formula 1? Sinceramente, vorrei conoscere l'orientamento europeo. Se spendiamo 100 milioni, come spesi nelle Olimpiadi, per incassarne 20 di pubblicità, credo che sia il momento di dire, tanto più nella nuova convenzione:

fermiamoci, non ci si può più permettere di fare degli investimenti del genere.

ALBERTO AIROLA. Ringrazio la direttrice Deltenre di essere qua. È molto importante per noi avere dei riferimenti europei. Come spesso abbiamo avuto modo di sottolineare, non riteniamo che la Rai, pur essendo un'azienda di alto profilo, sia messa in condizione nel nostro contesto politico ed economico di operare con la massima libertà. Su questo testo anche a me vengono alcuni dubbi.

Innanzitutto, vorrei chiedere se anche altrove delle concessioni delineano dei punti, tra cui, come ha fatto notare anche lei giustamente, alcune questioni che si dovrebbe discutere nel contratto di servizio, in effetti senza avere un contratto di servizio recente, visto che l'ultimo è del 2012. La Rai sta affrontando una grossa trasformazione, molto impegnativa.

Anche su questo c'è il problema, che lei anche faceva notare, della pianificazione delle risorse certe. Giustamente, non c'è soltanto il rischio di dipendenza dal mondo della politica, ma anche da quello economico e finanziario. Anche dell'eventuale ricatto dello Stato, che già a nostro avviso ha fatto una pessima legge della *governance* sulla Rai, abbiamo avuto uno scambio di opinioni col viceministro, e anche lui vedeva una modifica in questo comma 2 dell'articolo 13, per cui si sottopone la Rai a una verifica annuale, ma su un progetto che lei vorrebbe quinquennale, giustamente, o triennale, però di trasformazione molto profonda: rischia di poter essere usato come un ricatto («quest'anno non hai fatto le cose che...»), ma è molto soggettiva come valutazione, non avendo dei piani molto chiari.

Tenga presente che allo stato attuale la Rai non ci ha fornito ancora un piano editoriale confermato dal consiglio di amministrazione, quindi reale. Anche sul progetto di trasformazione non abbiamo ancora una visione completa degli obiettivi che si vuole porre. Questo è per quanto riguarda le risorse certe.

L'altro problema è la questione della contabilità separata. Abbiamo sempre avuto come difficoltà in Italia il problema della trasparenza. In varie audizioni, tra cui l'ultima col Viceministro dell'economia e delle finanze. Innanzitutto, mi domando: c'è il rischio che la Rai vada fuori dalla funzione di servizio pubblico lavorando con soldi privati? Come viene controllato questo, in generale, nelle altre TV europee?

Nel contratto di servizio, ad esempio, scrivo che la Rai non deve fare pubblicità al gioco d'azzardo, ma questo può essere aggirato o come si controlla in altri Paesi che non venga aggirato col fatto, per esempio, che con denaro raccolto con la pubblicità, che esula dai soldi del finanziamento pubblico, si facciano cose che non rispettano il contratto di servizio?

Quanto poi alla possibilità, finalmente, che non abbiamo mai avuto, di avere dati sul



finanziamento di prodotti *fiction*, film, programmi televisivi, la Rai ogni volta ci diceva che è vero che prende soldi pubblici, ma che opera in un mercato privato, in un regime di concorrenza, e quindi non può rivelare questi dati, perché altererebbe il mercato. Mi pare che, invece, per altri servizi pubblici avvenga tranquillamente, senza intaccare... Chiedo a lei se sia così o meno, ma mi pare che alcuni canali abbiano più trasparenza.

Quanto alla contabilità separata, alla separazione, secondo lei si può implementare la trasparenza? Quali rischi potrebbe vedere sulla questione Rai l'applicazione di questa contabilità separata? Metterebbe questa questione della trasparenza in questo testo in maniera...

Sì, abbastanza forte...

VINICIO GIUSEPPE GUIDO PELUFFO. Voglio anch'io, presidente, come lei e i colleghi, ringraziare la dottoressa Deltenre per essere riuscita a trovare lo spazio per una presenza. Anch'io, come i colleghi, giudico di grande rilievo quest'audizione. Peraltro, il suo italiano è sempre impeccabile, davvero. C'è, soprattutto, una chiarezza di pensiero e di intendimenti. C'è piena coerenza nell'impostazione del lavoro dell'EBU, delle cose che nel corso di questi anni ha voluto segnalare a questa Commissione.

Relativamente alle due questioni che ha sollevato, ha dato un giudizio positivo di questa convenzione e ha messo in luce due aspetti. Uno, finora non emerso con grande rilievo in altre audizioni, riguarda la possibilità, che qui viene dischiusa nello schema di convenzione, di una riduzione del numero dei canali non generalisti. La sua riflessione, data l'evoluzione del comparto complessivo, la trasformazione ancora in corso, che anzi può accelerare, è che si rischia un irrigidimento, che non dà flessibilità nelle scelte aziendali alla Rai, per cui avrebbe più senso nel contratto di servizio. Questa è una segnalazione all'attenzione della Commissione del lavoro della Commissione.

Quanto al secondo punto – lo riprendeva anche il collega Airola – è emersa in diverse audizioni, anche in quella odierna, che ha preceduto la sua, con il Viceministro Morando, in termini di certezza delle risorse, l'esigenza che la quota del canone possa essere definita su base pluriennale. Lei l'ha ancorato a un arco temporale preciso, di cinque anni, legato quindi all'arco temporale del contratto di servizio.

Mi sembra che su questo le audizioni stiano consolidando un'opinione – ovviamente, è alla libera iniziativa dei gruppi nella discussione sul parere – ma mi sembra che questo sia un dato che si sta consolidando e che lei nella sua comunicazione ha voluto sottolineare.

PRESIDENTE. Diamo adesso con piacere la parola a Madame Deltenre perché risponda alle vostre domande, alcune delle quali vi ripeto tramite il responsabile rapporti istituzionali verranno per iscritto.

INGRID DELTENRE, *direttore generale dell'Ebu*. Sono domande abbastanza complesse. Per questa ragione, rimarrò un po' sulla superficie. Comincerò con la pubblicità.

Ogni Paese ha un sistema diverso per regolare la pubblicità. Comunque, c'è una regola europea, Audiovisual Media Services Directive, che dà un po' la direzione generale: non più di 12 minuti per ora, non più del 15 per cento al giorno, per tutti, per i privati e per il servizio pubblico. Questo è il *framework*.

Per il servizio pubblico normalmente si fanno delle riduzioni. Qui c'è tutto. Ci sono dei Paesi in cui il servizio pubblico non ha nessuna pubblicità, come la BBC in Inghilterra, che ha la pubblicità per il servizio globale, per l'estero, ma non in Inghilterra. La BBC World ha la pubblicità, ma non in Inghilterra. Nella televisione svedese non c'è la pubblicità. Ci sono Paesi un po' a metà, come la Francia e la Germania, dove c'è la pubblicità, ma non in *prime time*, bensì fino alle 20.00.

Poi ci sono Paesi in cui c'è la pubblicità tutta la giornata, ma qui c'è una riduzione: non sono 12 minuti per ora, ma forse 8, come in Svizzera, in Austria, o si possono avere 12 o 8 minuti per ora, ma per tutta la giornata non il 15 per cento, bensì meno.

Esistono molte forme differenti per regolare la pubblicità. In Germania, per esempio, dove c'è la pubblicità fino alle 20.00, si paga due volte il canone, come in Italia. In Germania, il canone costa 200 euro all'anno, mentre in Italia si paga 100, 90 adesso. In Inghilterra si paga 200 *pound* come canone.

Si può ridurre la pubblicità, ma la conseguenza è che il canone normalmente diventa più caro. Nei Paesi piccoli come la Svizzera, con quattro lingue ufficiali, e in altri Paesi dove si ha più di una lingua ufficiale, la pubblicità è vista come un modo per ridurre il canone, perché ci sono altre risorse per finanziare il programma.

Per questa ragione, è difficile dire quale sia la *best practice*. Esistono tutte e tutte hanno un modo per regolare la pubblicità. Nella maggior parte dei Paesi dell'Europa, la maggior parte dei servizi pubblici ha la pubblicità sui canali. A non avere la pubblicità è la minoranza. Lo vedrà quando riceverà tutti i documenti, ma sono veramente tre forme: senza pubblicità, pubblicità fino a un certo momento nel giorno, *mix* e pubblicità, ma normalmente un po' meno che per i servizi commerciali, come in Italia, dove c'è solo, mi sembra, il 7 per cento per ora, non con 12 minuti, ma

con 4. Allora, c'è un regolamento che dice che è meno che un servizio commerciale. Questo mi sembra corretto, perché si hanno anche altre risorse per finanziare il programma.

Se si parla dei diritti sportivi e del *package* che la Sipra fa per la Rai, per me questa è *good practice*. Lo sport è molto caro, *very expensive*, allora si guarda a come ridurre i costi per il servizio e a fare il massimo per la commercializzazione. Questa è *good practice*. È meglio diminuire i costi per i cittadini se si può fare di più nel commerciale, soprattutto con gli sport.

Anche quello dei diritti sportivi è un caso molto complesso. La UER, per esempio, ha fatto le negoziazioni per tutti i diritti grandissimi. Nel 2008-2009, questo è cominciato a cambiare, non per tutti i Paesi. Euro 2016 o la Fifa World Cup per l'anno prossimo e anche per il 2022, questi diritti sono ancora con l'UER, che però non fa più le negoziazioni per cinque grandi Paesi: Regno Unito, Germania, Francia, Spagna e Italia. Perché no? Le federazioni sportive hanno detto che avrebbero avuto più soldi facendo le negoziazioni direttamente. Allora, noi mettiamo una differenziazione tra il resto dell'UER e i cinque grandi Paesi.

Prima, abbiamo sempre detto: se vuoi avere un contratto con la Rai, devi andare alla UER, così hai il *package*. Loro hanno potuto fare questo cambio, diviso tra la nostra Unione. Così, le cinque fanno le negoziazioni direttamente con le federazioni, e la Rai allora è in competizione con Mediaset, Sky, Telecom Italia e Discovery, nessuna delle quali ha interesse a fare *marketing* con gli sport, a fare il *marketing* per tutti gli altri canali. Ci sono adesso dei nuovi che entrano nel mercato, come Discovery, come Sky, come Telecom. In Gran Bretagna, è la Telecom che ha fatto salire i prezzi. Anche un servizio pubblico non può più pagarli. Questo è successo anche alla Rai con Sky e con Discovery.

Non è uno sbaglio della Rai. Ci sono sempre nuovi *player* nel mercato, per i quali lo sport è una comodità, non lo vedono come qualcosa di speciale per i loro spettatori. È una comodità per fare il *marketing*... *commodity* per fare altre cose.

Se Telecom oggi accetta dei diritti sportivi, lo fa perché vuole anche vendere l'accesso internet, l'accesso telefonico, l'accesso a tutti gli altri suoi servizi. Lo sport è qualcosa per dire: se vieni con noi, se vuoi avere un buon contatto per internet e per la telefonia, puoi avere la *Champions League* e paghi solo 50 euro al mese, per esempio. È un argomento *marketing*. Questo è un altro modello di *business*.

Per questa ragione, già l'ultima volta, con i Giochi olimpici, non è stata la Rai a prenderli, ma Sky, che dopo ha visto che forse aveva pagato un po' troppo, vediamo che il pubblico per l'inverno non è tanto interessato. A Palermo non ci si interessa veramente allo sci. Forse hanno pagato un po' di più e dopo Rai ha potuto comprare i diritti di Sky a un prezzo molto più basso.

Non so ancora come stia andando per i Giochi olimpici, ma veramente non è uno sbaglio della Rai. Sono semplicemente altri *player* grandissimi che sono venuti e hanno fatto ancora una volta che i diritti vanno sulla testa... Il solo modo per garantire almeno il *free-to-air* è la legge. Ci sono anche in Italia... Sì, i venti protetti. C'è una lista che si conferma ogni anno con i venti che pensiamo siano veramente di importanza strategica per un Paese. Su questa lista si mettono tutti i diritti sportivi che devono essere nel *free-to-air*.

Non vuol dire automaticamente con la Rai, ma almeno c'è un [*incomprensibile*] dove si deve avere il *free-to-air*. Normalmente, è il calcio... il National team o i Giochi olimpici, ma anche qualche altro... Il Festival di Sanremo! C'è tutto quello che si considera di importanza strategica su questa lista. Se pensate che la *Champions League* dovrebbe essere su questa lista, si deve provare, ma è veramente molto difficile...

Quanto a trasparenza, qualità e contabilità separata, se non mi sbaglio la Rai ha una contabilità separata. A livello europeo non esiste una *best practice guide* per servizi pubblici, *accounting principles*. Questo non esiste. So anche che, per esempio, l'iniziativa che c'è stata qui una volta con il bollino blu – mi sembra si sia parlato di questo – non esiste in altri Paesi, non si fa.

La cosa che è chiara e che si dice è che il canone deve essere utilizzato solamente per il servizio pubblico, non per i servizi commerciali. Questo è chiaro. L'auditore devono essere capaci di vedere se questo è corretto e se questo è rispettato, ma non c'è il bollino blu. Non conosco nessun *media* che lo fa.

Mi sembra che forse anche la Rai, ma della Svizzera abbiamo saputo di quello che è stato ricevuto per gli *advertisement break*. Sapete che cosa sono i *revenue* per i *break*, ma non c'è una contabilità che dice che il servizio pubblico è canone e questi sono programmi finanziati solamente con la pubblicità. Questo non esiste. Normalmente, questo non è possibile.

Comunque, solo il 30 per cento viene dal commerciale per un servizio pubblico normalmente [*incomprensibile*]. Se si ha la pubblicità, normalmente non è più del 25 per cento. La più parte dei programmi è sempre il canone e i 25 aiutano a fare qualcosa di speciale. Può anche essere nella cultura un'opera veramente grandissima in un villaggio [*incomprensibile*], come la Rai fa, o *fiction* o documentari veramente di alta qualità. Si può fare, perché c'è stato un anno molto positivo, in cui si sono guadagnati molto soldi con la pubblicità. Allora, mi sembra che non si possa fare questa distinzione. Questo ho voluto dire. Noi non conosciamo nessun servizio pubblico che lo faccia.

Quanto alla trasparenza, paragrafo 1.5, la società concessionaria ispira la propria azione a principi di trasparenza, efficacia, efficienza e competitività. Mi sembra che sia abbastanza chiaro. È

anche chiaro che in un contratto di servizio si mette la pianificazione dei programmi, dei costi, di tutto. Poi anno per anno si fa un rapporto annuale, come ogni organizzazione in cui si dice: in questi cinque anni siamo arrivati qui, per il momento. Non è la fine, ma ogni anno si fa un rapporto annuale con lo sviluppo di cinque anni. Questo è *faisable*.

Anche un *report* sulla trasparenza è importante. Purtroppo, devo dire che questo è un argomento che conosco bene. Non si va in tutti i dettagli. Se, per esempio, si ha un contratto con un produttore, non si mette tutta la disponibilità. Se fai sapere tutto di un contratto con una casa di produzione, la prossima con la quale vuoi lavorare obietterà: con l'altra hai pagato di più, anche noi vogliamo questo prezzo.

Questa trasparenza normalmente va... Sì. Dati aggregati, sì, come quanto si spende per la *fiction*: per genere, sì, ma non sul prodotto specifico, perché a livello della concorrenza capisco che questa non è una buona scelta. Potrebbe darsi che alcune compagnie non vogliono più lavorare, i *producer*, perché non vogliono che tutto sia nel mercato. Anche per loro è un problema.

È come per i salari. Il salario del direttore generale, va bene, ma non si mettono i salari di tutti, dello *staff*, a disposizione di tutti. Questo crea dei problemi.

PRESIDENTE. Madame Deltenre, credo che il senatore Rossi voglia avere una precisazione.

MAURIZIO ROSSI. In BBC, invece, inseriscono tutti i dati dei costi. Anche quello è diverso da Paese a Paese.

INGRID DELTENRE, *direttore generale dell'Ebu*. Sì, ma è solo la BBC. È un po' difficile per me dirlo: fare questo è un invito a divenire molto innovativi nel modo in cui si fa la pubblicazione.

MAURIZIO ROSSI. Inoltre, l'altro giorno, l'Autorità garante per le comunicazioni ha detto quanto segue: «Alla luce dell'oggettiva inadeguatezza del modello vigente – della convenzione Rai – appare tanto più utile ricordare che la stessa Commissione europea, relativamente all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico [...] per quanto abbia previsto come requisito minimo la separazione contabile, ha tuttavia chiesto agli Stati membri di considerare come forma di pratica migliore la separazione funzionale [...] Ciò consentirebbe di soddisfare più efficacemente le esigenze di trasparenza postulate dall'ordinamento comunitario».

Che cosa vuol dire, secondo lei, separazione funzionale? È una separazione societaria che privilegia... Si crea una società di servizio pubblico in cui va il canone, e poi semmai se ne crea

un'altra? Questo è un chiarimento che penso... Non l'abbiamo capito.

INGRID DELTENRE, *direttore generale dell'Ebu*. È una buona domanda. Non esiste una risposta chiara. Noi abbiamo fatto esattamente questa domanda alla Commissione: che cosa vuol dire questo? Non esiste una regola e mi sembra che la Commissione guardi un po' a destra e a sinistra, ma non insista.

Noi abbiamo l'idea con gli auditori interni, ma anche con Pricewaterhouse, Deloitte e KPMG, forse di fare una sorta di *best practice*: come si deve fare per rispettare questa regola. Questa regola, però, per oggi non è davvero chiaramente definita, non c'è una definizione chiara. La Commissione sa che esistono alcune forme e sa anche che questa separazione non è veramente fatta.

La sola cosa che dicono è: assicuratevi che il canone sia utilizzato davvero solo per il servizio pubblico. Questo vogliono vedere. Gli introiti commerciali normalmente aiutano il finanziamento del servizio pubblico. Se avete dei servizi commerciali, utilizzateli solamente per stabilire le risorse commerciali.

Se si fa un *business*, un servizio commerciale, normalmente si fa un *profit*. Tutti i servizi pubblici in Europa sono *not for profit*. Si può dire che tutti i *benefit* vengano reinvestiti nel programma, ultimamente.

\_\_\_\_\_ . Comunque, la contabilità separata attuale di Rai è approvata da Agcom.

\_\_\_\_\_ . L'Authority l'ha approvata, quella attuale.

MAURIZIO ROSSI. Successivamente, sarà possibile sapere dei vari Paesi come dividono l'imputazione, i programmi di servizio pubblico da quelli commerciali?

INGRID DELTENRE, *direttore generale dell'Ebu*. Nessuno lo fa. Esiste questa discussione, ma nessuno lo fa. Per questa ragione, abbiamo detto che dovremmo fare una *best practice*, una *guide* per *internal auditors* e *external auditors*, come si deve fare questa... In collaborazione con l'industria, ma anche con i professionisti, ma questo non esiste. Serve un certo tempo, ma non esiste.

PRESIDENTE. Penso di interpretare tutti voi, cari colleghi deputati e senatori, nel rivolgere un particolare ringraziamento a Madame Ingrid Deltenre. Non essendo madrelingua italiana, venire a

sostenere un'importante audizione su un argomento di grande rilevanza in una così importante Commissione bicamerale del Parlamento italiano è un gesto di grande cortesia che ha fatto a tutti noi. Sono certo di interpretare i vostri sentimenti nel dirle: *merci beaucoup de votre présence*.  
[interruzione audio]

Voglio confermare agli onorevoli colleghi che hanno posto delle domande che il dottor Mazzone, tramite il consigliere Renna, farà avere a tutti voi le risposte scritte di Madame Deltenre, che ringrazio ancora.

In questo momento Madame Deltenre formalmente ci consegna una serie di *brochure* dell'EBU che verranno messe a disposizione di tutti voi.

GIACOMO MAZZONE, *capo delle relazioni istituzionali*. Molte delle risposte richieste sono lì, come le regole sulla pubblicità, gli affollamenti e così via, ma gliele faremo avere anche nel testo.

PRESIDENTE. Dichiaro conclusa l'audizione.