

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

128.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 5 LUGLIO 2017

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE ROBERTO FICO

INDICE

	PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:	
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3
Esame di una risoluzione sull'adozione da parte della Rai di procedure aziendali volte ad evitare possibili conflitti di interesse da parte degli agenti di spettacolo (rel. Anzaldi):	
Fico Roberto, <i>Presidente</i>	3, 4, 6, 7
Airola Alberto (M5S)	6, 7
Anzaldi Michele (PD)	4
Bernini Anna Maria (FI-PdL XVII)	3, 4, 6, 7

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
ROBERTO FICO

La seduta comincia alle 14.10.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

Esame di una risoluzione sull'adozione da parte della Rai di procedure aziendali volte a evitare possibili conflitti di interesse da parte degli agenti di spettacolo (rel. Anzaldi).

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'esame, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, del regolamento della Commissione, di una risoluzione sull'adozione da parte della Rai di procedure aziendali volte a evitare possibili conflitti di interesse da parte degli agenti di spettacolo (relatore Anzaldi).

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

Prima di cedere la parola al relatore Anzaldi per l'illustrazione del documento, do la parola all'onorevole Bernini che ha chiesto di intervenire sull'ordine dei lavori.

ANNA MARIA BERNINI. Mi scuso con il collega relatore Anzaldi. Il mio sarà un intervento molto rapido e relativo all'Ufficio di presidenza tenutosi la scorsa settimana. Colpevolmente non vi ho partecipato, ma lo ha fatto il collega presidente

Gasparri. Rispetto a quell'Ufficio di presidenza, vorremmo avere una precisazione o vorremmo fare noi una precisazione alla presidenza e ai colleghi commissari.

Chiedemmo, *illo tempore*, in occasione di almeno un paio di Uffici di presidenza, la calendarizzazione di un atto di indirizzo relativo ai corrispettivi praticati per la vendita di spazi pubblicitari dall'azienda pubblica della Rai, in particolare sull'esigenza di fugare ogni dubbio sul rischio di *dumping* pubblicitario relativamente alle indicazioni comunitarie che vogliono una redditività nell'allocazione degli spazi pubblicitari per evitare che il canone, così utilizzato, venga considerato un aiuto di Stato. Alla luce di ciò e, ancora di più, in seguito alle nostre audizioni del consiglio di amministrazione della Rai e, in particolare, della presidente, che ci hanno segnalato, relativamente ai compensi degli « artisti », il fatto che – in merito, faccio dei carotaggi molto rapidi e mi riservo di intervenire dopo la relazione del collega Anzaldi – un criterio essenziale di deroga per il tetto dei compensi di 240.000 euro è la redditività delle inserzioni pubblicitarie, quindi gli introiti pubblicitari giustificano la deroga, ci rimane un dubbio.

Purtroppo, dalla documentazione che ho, in parte, ricevuto e, in parte, ricavato dal sito della Rai, in particolare dal piano organico di criteri e parametri per l'individuazione e la remunerazione dei contratti con prestazioni di natura artistica e, ancora di più, dall'indicazione di poste di bilancio dell'aggregato A e B, non si riesce a comprendere quale sia effettivamente il *quantum*. Vediamo l'*an*, ma non il *quantum* di questi introiti pubblicitari, quindi non si riesce a comprendere se sia vero, cioè un atto di fede o una profonda verità o una *fake news*, il fatto che un artista possa

giustificare l'aumento dei suoi compensi, con lo sfioramento del tetto dei 240.000 euro, per effetto della redditività delle inserzioni pubblicitarie a lui allegate o accompagnate.

Per questo motivo, terremmo – lo chiediamo alla presidenza, con il supporto dei colleghi – a una calendarizzazione di un atto di indirizzo che abbia a oggetto in particolare questi temi, che riteniamo di bruciante attualità. Ritenevamo che questa calendarizzazione fosse già stata richiesta e addirittura attuata nell'Ufficio di presidenza precedente, ma, evidentemente, non abbiamo reiterato in maniera efficace l'istanza e lo facciamo ora.

PRESIDENTE. Grazie, senatrice Bernini. Nel prossimo Ufficio di presidenza parleremo sia della calendarizzazione, nel caso in cui l'Ufficio di presidenza deliberi un atto generale di indirizzo, sia della questione...

ANNA MARIA BERNINI. L'atto è stato già deliberato in altro Ufficio di presidenza, ma non è stato calendarizzato...

PRESIDENTE. Non lo ricordo in questo momento, ma non mi sembra che sia stato deliberato l'atto generale di indirizzo sul *dumping* pubblicitario. In ogni caso, possiamo controllare.

La seconda questione sul documento che vi abbiamo inviato ieri sicuramente è da approfondire in Commissione, senza dubbio. Anche a me, le ragioni che hanno addotto sembrano, quantomeno, un po' forzate e fantasiose.

MICHELE ANZALDI. A margine della discussione in Commissione sul rinnovo della concessione Rai, i capigruppo avevano raggiunto un accordo unanime sulla necessità di indirizzare alla Rai precise raccomandazioni in merito ai rischi di conflitto di interessi degli agenti e degli artisti che hanno rapporti con il servizio pubblico. La questione del tetto agli stipendi (e non solo) ha fatto emergere il ruolo sempre più influente degli agenti e delle loro società nelle trattative tra artisti, conduttori,

giornalisti e collaboratori con il servizio pubblico. Troppo spesso, tale influenza è sembrata arrivare anche oltre le semplici trattative sui compensi, fino alle decisioni che riguardano la produzione e gli stessi palinsesti. Per tale motivo, la Commissione ha valutato, con un consenso sostanzialmente generale, l'opportunità di inviare alla Rai un atto di indirizzo chiaro, che impegni in maniera precisa l'azienda su queste tematiche.

Il documento che vi presento come relatore rappresenta uno strumento di lavoro sul quale ora la Commissione potrà confrontarsi per arrivare a una versione finale che potrà permettere alla Rai di adeguarsi a quanto accade già in altri Paesi fortemente impegnati sull'audiovisivo, come, per esempio, lo Stato della California negli Stati Uniti.

Premesso che l'articolo 1 della legge n. 14 del 1975 e gli articoli 103 e 49, comma 12-ter, del decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177, Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, attribuiscono alla Commissione funzioni di indirizzo generale e di vigilanza dei servizi pubblici radiotelevisivi e l'articolo 14 del Regolamento interno stabilisce che essa esercita i poteri e le funzioni che le sono attribuiti dalla legge, adottando, quando occorre, risoluzioni contenenti direttive per la società concessionaria, si ritiene assolutamente indifferibile che la Rai adotti tempestivamente procedure idonee a evitare conflitti di interessi nei rapporti con gli artisti e i loro agenti che possano comportare ingiustificati benefici e sprechi di denaro pubblico.

Tali situazioni ledono la necessaria trasparenza che dovrebbe ispirare la condotta dell'azienda, l'immagine e gli interessi economici del servizio pubblico, creando, all'interno delle società, indebiti potentati che condizionano l'operato degli organi preposti alla sua gestione. La Rai dovrebbe impegnarsi in maniera concreta e tangibile a valorizzare la produzione interna e ad adottare procedure volte a favorire una maggiore competitività e trasparenza nella scelta di artisti e conduttori, evitando fenomeni di concentrazione in capo a poche

società. È preciso interesse della società concessionaria evitare che artisti e conduttori possano beneficiare di ingiustificate posizioni di vantaggio prive di qualsiasi riscontro di mercato.

Non è accettabile far diventare ogni conduttore, magari anche quello cresciuto professionalmente in Rai, un *format* a sé stante, con il rischio che questa procedura sia in realtà surrettiziamente utilizzata per incassare maggiori compensi e maggiori parcelle dagli agenti. La Rai dovrebbe previamente individuare, rendendoli noti, i criteri in base ai quali un programma, di cui viene proposto l'acquisto, possa configurarsi come un *format* originale; per esempio, in California, il codice di lavoro specifica che un agente di spettacolo non può indirizzare l'artista che rappresenta in alcun contratto nel quale una società di cui l'agente è titolare abbia un interesse economico.

La vigente convenzione tra il Ministero dello sviluppo economico e la Rai per la concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale stabilisce: all'articolo 1, comma 5, che la società concessionaria ispiri la propria azione a principi di trasparenza, efficacia, efficienza e competitività e abbia come obiettivo l'efficientamento dei costi, la piena utilizzazione e la valorizzazione delle risorse interne; all'articolo 3, comma 1, lettera c), che la società concessionaria si impegni a garantire il sostegno alla creatività, all'innovazione e alla sperimentazione per la realizzazione di programmi e *format* di qualità, anche con l'obiettivo della loro valorizzazione sui mercati internazionali; all'articolo 13, comma 3, che la società concessionaria informi annualmente la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi sulla realizzazione degli obiettivi di efficientamento e di razionalizzazione indicati nel contratto nazionale di servizio, sull'attuazione del piano editoriale e sulle altre materie oggetto della verifica, di cui al comma 2.

Va tenuto conto che: la società concessionaria si è impegnata a garantire, con la vigente convenzione, un adeguato sostegno

allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo, nel quadro di procedure trasparenti e definite nell'ambito del contratto nazionale di servizio; la Rai dovrebbe garantire adeguati spazi a giovani artisti e conduttori, anche mediante nuove trasmissioni ideate dalla stessa società concessionaria, senza ricorrere all'acquisto di *format*; la società concessionaria dovrebbe evitare che potenziali giovani talenti siano costretti a rivolgersi ad agenzie esterne per poter lavorare in Rai, con la conseguenza che queste ultime stabiliscano chi sia meritevole di prestare la propria opera per il servizio pubblico.

Il consiglio di amministrazione della Rai è impegnato ad adottare, entro 90 giorni dall'approvazione della presente risoluzione, idonee procedure dirette a: escludere che la produzione dei programmi trasmessi dalla Rai sia affidata, anche tramite appalti parziali, a società di produzione controllate e/o collegate ad agenti di spettacolo che rappresentino artisti che, a qualunque titolo, prendano parte ai programmi medesimi; a escludere che sia affidata a società di produzione controllate e/o collegate ad artisti l'esecuzione, anche tramite appalti parziali, di programmi trasmessi dalla Rai nei quali gli stessi artisti siano, a qualunque titolo, presenti e che, per questo motivo, percepiscono un corrispettivo dalla concessionaria; escludere che in uno stesso programma possano essere contrattualizzati più di tre artisti rappresentati dallo stesso agente o da altra società di cui l'agente sia socio; a escludere coproduzioni di film finanziate dalla stessa Rai, anche attraverso Rai Cinema, con società di produzioni cinematografiche di cui siano direttamente o indirettamente titolari agenti di spettacolo e rappresentanti di artisti legati alla società concessionaria da rapporti contrattuali in essere per altri programmi trasmessi su canali della stessa Rai.

Tali procedure devono anche essere dirette a riservare, nell'ambito della produzione cinematografica, una quota di investimenti ai produttori indipendenti nell'ambito del sostegno all'industria nazionale previsto nella vigente convenzione e a dotare

la Rai di strumenti idonei a verificare che i *format* esterni non si configurino come un mezzo surrettizio per incrementare ulteriormente i compensi di artisti, conduttori e giornalisti.

Infine, tali procedure devono essere dirette a prevedere che, a fronte del fatto che le parcelle degli agenti sono corrisposte direttamente dall'artista, la Rai renda noto sul proprio sito il loro ammontare, scorporandolo, per ragioni di trasparenza, dal compenso corrisposto all'artista, come se si trattasse delle spese per un fornitore; prevedere che, tra i criteri da adottare, al fine di accertare l'originalità o meno del *format* si faccia riferimento alla sua commerciabilità anche all'estero; creare una nuova struttura aziendale ovvero impegnare una struttura esistente affinché sia preposta ai rapporti con giovani autori ovvero con le istituzioni, come, per esempio, il DAMS o il Centro sperimentale di cinematografia, che formano i futuri operatori dello spettacolo.

PRESIDENTE. Senatore Airola, chiedo a che titolo voglia intervenire perché siamo in illustrazione.

ALBERTO AIROLA. Vorrei intervenire a titolo di commento sull'illustrazione, come discussione generale, per cui mi dica lei se posso farlo.

PRESIDENTE. Può intervenire, però le preciso che apriremo in seguito la discussione generale.

ALBERTO AIROLA. Allora, aspetto la discussione generale.

PRESIDENTE. Siamo in fase di illustrazione, ma possiamo chiuderla e, nella prossima occasione, iniziare la discussione generale, in modo da avere il tempo di elaborare il testo.

Poi, se c'è un intervento a titolo personale, si tratta di un altro discorso.

ALBERTO AIROLA. Sull'ordine dei lavori, starei attento ad alcuni punti, come quello dell'esempio californiano, perché, pur avendo un suo significato assolutamente

comprensibile, la situazione degli agenti e dei lavoratori...

PRESIDENTE. Sta scendendo troppo sul merito e non sull'ordine dei lavori.

ALBERTO AIROLA. Allora, non aggiungo nulla e aspetto la discussione generale. Mi scusi, presidente.

ANNA MARIA BERNINI. Vorrei portare all'attenzione del presidente, magari per riattivare i nostri circuiti della memoria, il fatto che, nei due atti di indirizzo, quello cui è stato fatto riferimento e quello relativo all'allocazione degli spazi pubblicitari, il *dumping* è un aspetto del contenuto, ma non è l'aspetto prevalente. Questi due atti sono stati discussi insieme in due Uffici di presidenza perché ricordo di aver dibattuto con i colleghi sia il contenuto di quest'atto, di cui condivido la predisposizione, sia la parte relativa all'allocazione degli spazi pubblicitari, quindi ancora insisto — ovviamente con tutto il rispetto — sul fatto che l'atto di indirizzo fosse già stato deliberato. Mi ha stupito il fatto di non averlo visto calendarizzato insieme all'altro atto, quindi ancora chiedo alla presidenza di verificare che non vi sia già stata, anche perché ne sono certa, un'unica deliberazione dei due atti di indirizzo.

PRESIDENTE. È chiaro che, se è stato deliberato in Ufficio di presidenza ed è stato calendarizzato, anche l'altro si calendarizza, per cui controlleremo.

ANNA MARIA BERNINI. Lo dico perché questo è il frutto di più emendamenti che non sono entrati a far parte dell'atto di concessione, ma che sono stati discussi. Rispetto a tali emendamenti, ricordo di avere discusso con i capigruppo, in particolare con Peluffo, del fatto che questi dovessero rientrare in un'attività di indirizzo della Commissione perché si tratta di temi, come dicevamo prima, particolarmente attuali e importanti nell'ottica di suggestione e di segnalazione alla Commissione, in particolare rispetto all'azienda pubblica. Entrambi sono stati trattati in que-

st'ottica: quegli emendamenti non accolti *ratione materiae* e per questioni di spazio dovevano entrare a far parte della nostra attività di indirizzo.

PRESIDENTE. Ricordo bene la discussione tra i capigruppo, ma non mi ricordo la deliberazione. In ogni caso, procederemo, come già fatto per quest'atto generale d'indirizzo, nominando prima il relatore.

Ci sono altri interventi sull'ordine dei lavori?

ALBERTO AIROLA. Vorrei sapere se l'intervento della collega Bernini si riferiva al tetto pubblicitario ripartito sui canali.

ANNA MARIA BERNINI. Il mio intervento si riferiva anche agli introiti e, in particolare, al fatto che la deroga al tetto di 240.000 euro di compenso per gli artisti

fosse giustificata dagli introiti pubblicitari molto elevati.

ALBERTO AIROLA. Pensavo che il suo intervento si riferisse alla questione del 3 per cento, invece è collegato alla discussione sui tetti pubblicitari che deriverebbero dalla commerciabilità e dal successo di alcuni personaggi e alla giustificazione del compenso di artisti o giornalisti.

PRESIDENTE. Non essendoci altri interventi sull'ordine dei lavori, rinvio il seguito della discussione del documento ad altra seduta.

La seduta termina alle 14.30.

*Licenziato per la stampa
il 3 agosto 2017*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



17STC0024750