

La seduta comincia alle 13.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Essendo pervenuta la richiesta da parte del prescritto numero di componenti la Commissione, dispongo, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del regolamento della Commissione, che la pubblicità dei lavori della seduta sia assicurata anche mediante l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso.

Se non vi sono obiezioni, rimane così stabilito.

(Così rimane stabilito).

Dell'esame di questo punto all'ordine del giorno della seduta odierna sarà altresì redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Seguito dell'audizione del direttore generale della RAI sul tema della pubblicità occulta.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'audizione del direttore generale della RAI sul tema della pubblicità occulta.

Prima di procedere al seguito dell'audizione iniziata nella seduta di ieri, do la parola all'onorevole Landolfi, il quale ha chiesto di intervenire sull'ordine dei lavori.

MARIO LANDOLFI. I giornali di questa mattina riportano con grande evidenza la notizia delle dimissioni di Renzo Arbore da direttore artistico di Radio RAI. La decisione di Arbore segue di qualche setti-

mana le dimissioni di Michele Santoro, il quale è addirittura passato alla concorrenza. Credo, quindi, che esistano tutti gli elementi perché si proceda ad una nuova audizione dei membri del consiglio di amministrazione della RAI. La Commissione di vigilanza deve infatti essere posta nella condizione di conoscere gli intendimenti ed i propositi del consiglio di amministrazione in merito ad una situazione che, giorno dopo giorno, risulta sempre più difficile da gestire. Costituisce quindi un diritto-dovere della Commissione assumere opportune iniziative finalizzate a garantire la necessaria informazione, da acquisire dalla viva voce dei protagonisti (il presidente Siciliano e gli altri membri del consiglio di amministrazione della RAI), su quanto sta accadendo all'interno dell'azienda radiotelevisiva di Stato.

ANTONIO FALOMI. Credo che la richiesta del collega Landolfi debba essere esaminata dall'ufficio di presidenza della Commissione.

PRESIDENTE. Senatore Falomi, stavo per dire proprio questo. Sarà l'ufficio di presidenza a valutare la richiesta del collega Landolfi. Tra l'altro, l'ufficio di presidenza dovrà occuparsi anche di altre questioni; penso, in particolare, al problema dei vicedirettori ed a quello connesso alle dichiarazioni di Brancoli.

Passiamo ora al seguito dell'audizione del direttore generale della RAI sul tema della pubblicità occulta.

Seguendo l'ordine degli iscritti, darò la parola, nell'ordine, ai colleghi Grignaffini, Landolfi e Romani. Cercherò di evitare che i commissari momentaneamente assenti decadano dal loro diritto ad interve-

nire e, quindi, procederò – per così dire – alla formazione di gruppi costituiti da tre commissari dopo aver verificato chi sia presente al momento, anche derogando all'ordine di iscrizione, sempre che non vi sia nulla in contrario.

ANTONIO FALOMI. Presidente, poiché alle 14,20 dovrò necessariamente assentarmi, la pregherei di inserirmi nel primo gruppo di colleghi iscritti a parlare.

PRESIDENTE. Sta bene, senatore Falomi. I primi quattro interventi saranno quindi svolti dai colleghi Grignaffini, Landolfi, Falomi e Romani.

GIOVANNA GRIGNAFFINI. Presidente, vorrei anzitutto chiedere se siano stati previsti limiti temporali per gli interventi.

PRESIDENTE. Onorevole Grignaffini, l'invito è ad autoregolamentarsi.

GIOVANNA GRIGNAFFINI. Sta bene, presidente.

Anche sulla base di alcuni elementi che erano stati anticipati nella seduta di ieri, vorrei provare, anzitutto per mia utilità prima ancora che per quella dei colleghi e dei nostri ospiti, a fare il punto sull'oggetto della discussione. Anzitutto si tratta di stabilire, sotto il profilo della definizione della natura dei contratti RAI, se vi sia violazione della legge o delle modalità attraverso le quali i contratti stessi sono stati stipulati, sotto il profilo del rapporto tra le finalità istituzionali dell'ente e la possibilità di realizzare forme contrattuali non attinenti al settore della pubblicità ma riferite all'acquisto di servizi.

In secondo luogo, prendo positivamente atto (ieri il presidente mi ha definito l'« avvocato della RAI », ma il mio intento è soltanto quello di capire dove vi sia consenso, per verificare l'ambito nel quale si pongono i problemi) della decisione del consiglio di amministrazione della RAI che, nonostante la congruità di questi contratti, si è comunque orientato nel senso di sospendere l'effettività, avendo ravvisato, in

parte nei contratti ed in altra parte nei programmi realizzati, un'ambiguità (è questo l'oggetto della nostra discussione) nel rapporto tra informazione, promozione e pubblicità. In qualche modo, ci troviamo di fronte ad un « non illecito » dal punto di vista della strategia istituzionale seguita dall'azienda, ma che nel corso del processo, *in itinere*, nella stipulazione vera e propria dei singoli contratti e nella loro gestione, ha dato vita ad una possibile ambiguità che configura due ordini di questioni, a mio avviso particolarmente rilevanti.

Il primo ordine di questioni attiene alla verifica, che credo possa da noi essere realizzata soltanto analizzando puntualmente i programmi, tesa a stabilire se in un contratto relativo al settore dell'informazione ed all'acquisto di servizi da parte di Efeso si sia realizzato una sorta di passaggio dall'informazione al messaggio pubblicitario. In pratica, va verificato se, nell'ambito della realizzazione del servizio, la finalità istituzionale dell'ente, l'informazione su un servizio di pubblica utilità, come quello delle Ferrovie dello Stato, abbia finito per configurare una promozione dell'ente: in questo caso, infatti, in considerazione della situazione di monopolio che caratterizza lo specifico ambito, non può parlarsi di violazione delle regole di concorrenza, ma può configurarsi, appunto, un'attività di promozione. In pratica, la verifica dovrebbe riguardare l'eventuale passaggio da una tipologia di contratto relativa ad un certo tipo di servizi ad altro tipo di contratto.

Questa analisi può essere condotta – ripeto – soltanto a partire dalla visione materiale e concreta dei programmi. A fronte del parere propositoci dalla RAI per il tramite dell'avvocato Fusi, chiedo che la Commissione parlamentare di vigilanza acquisisca la registrazione dei programmi già realizzati, sì da poterli visionare ed eventualmente contestare puntualmente laddove il passaggio e lo slittamento al quale accennavo si siano concretamente verificati.

PRESIDENTE. Si riferisce ad Efeso?

GIOVANNA GRIGNAFFINI. Mi riferisco ai programmi previsti nel contratto Efeso già realizzati dalla RAI, di cui alcuni già andati in onda ed altri no.

PRESIDENTE. La RAI li ha già messi a disposizione, come ha letto nella lettera...

GIOVANNA GRIGNAFFINI. Presidente, leggo sempre molto attentamente le lettere...

La seconda questione riguarda quello che probabilmente è il passaggio più delicato di tutta la vicenda (anche qui – ripeto – ci troviamo di fronte ad una disponibilità dell'azienda a rivedere le norme); mi riferisco ai programmi in corso, *Un posto al sole* e *Solletico*, due tipologie di programmi che, per le loro finalità di intrattenimento e di narrazione, creano un rapporto più delicato; è molto più difficile, infatti, definire, nell'ambito di tipologie narrative di intrattenimento, uno slittamento da finalità di informazione a finalità di promozione e di pubblicità.

Vorrei invitare tutti ad una riflessione molto serena su questo punto. Credo sia molto difficile, da un punto di vista dei programmi narrativi legati alla contemporaneità, far vedere qualcuno che vive nel contemporaneo senza mai prendere un treno o un aereo. Vi invito tutti a riflettere sul fatto che il mondo delle ferrovie, nella sua complessità, costituisce – diciamo così – l'attore principale della vita contemporanea, ne rappresenta uno degli elementi costitutivi. Le trasmissioni narrative, in definitiva, non possono censurare la realtà.

Sotto questo profilo, rivolgo alla Commissione un invito ad analizzare con attenzione questo tipo di programmi, a partire dal presupposto che ho indicato, ed anche tenendo conto che la definizione di messaggio subliminale ha una casistica ed una normativa molto ristrette e chiaramente definite dal punto di vista della psicologia della percezione. Se dovessimo andare a configurare un reato con riferimento a questo passaggio, sarebbe neces-

sario acquisire il parere di esperti in grado di definire questo tipo di modalità. Invito quindi il presidente della Commissione, nel caso in cui l'analisi delle situazioni narrative dei programmi fosse considerato un elemento decisivo, ad acquisire questo tipo di competenza in capo alla Commissione.

L'ultimo elemento di riflessione che sottopongo alla vostra attenzione è il seguente: il passaggio dall'informazione alla promozione o alla pubblicità configura un altro tipo di discorso, quello sui tetti pubblicitari. Si tratta di un ulteriore aspetto che dobbiamo prendere seriamente in considerazione. Abbiamo posto in essere un giusto e positivo iter e, da questo punto di vista, ringrazio il presidente per il ruolo che la Commissione ha potuto svolgere. In tale contesto si pone, però, la questione molto delicata della ridefinizione del complesso dei tetti pubblicitari, a partire dalla presenza, che credo sarà sempre più diffusa nel mercato della comunicazione globale, di forme non direttamente ascrivibili alle tipologie conosciute fino ad oggi. Si tratta quindi di un problema che va posto in relazione anche al dibattito che si sta svolgendo in Senato sul disegno di legge recante norme per il riordino del settore radiotelevisivo.

MARIO LANDOLFI. Vorrei riprendere alcuni temi affrontati nella discussione svoltasi in questa Commissione nella precedente seduta. Lei, direttore, ha parlato ieri, a proposito della convenzione RAI-Efeso, di contratto atipico, ne ha denunciato un'ambiguità di partenza e ne ha annunciato la risoluzione. Considero singolare e strana questa vicenda, anche perché non è stato sempre questo l'atteggiamento che l'azienda ha assunto nei confronti della convenzione. Il 28 settembre di quest'anno, in un comunicato, la RAI ha definito ingiustificati i giudizi preventivi rispetto alla convenzione. Addirittura, è stato querelato Enrico Mentana. Da un'agenzia dell'ADN Kronos del 9 ottobre scorso abbiamo inoltre appreso: « Non appena la Commissione di vigilanza, ma anche i neodirettori, avranno letto le norme

su cui si basano le convenzioni tra RAI ed enti pubblici, la *bagarre* scatenata dal caso Efeso si sgonfierà come una bolla di sapone». Si tratta di una dichiarazione dello *staff* della direzione commerciale della RAI.

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
MASSIMO BALDINI

MARIO LANDOLFI. Ancora: « Il capitolo Efeso è un accordo diverso: si tratta della prevendita alle ferrovie di diritti su programmi (...) ». In un primo momento si parla di « bolla di sapone » e, dopo una settimana, di contratto atipico. Si riscontra, di fatto, un'ambiguità di partenza, tanto che si annuncia la risoluzione della convenzione.

Chiedo anzitutto al direttore Iseppi di conoscere i motivi per i quali la RAI, nel giro di così breve tempo, abbia mutato opinione. A cosa è dovuto il passaggio dalla minimizzazione della vicenda Efeso a questo inaspettato ed inatteso esito – viste le dichiarazioni della vigilia – che sfocia addirittura nella risoluzione della convenzione? La risposta a questa domanda, direttore, è forse l'unica strada per capire chi dentro la RAI, e per conto di chi, fuori e dentro la RAI, abbia creato questa « marchettopoli » (chiamiamo le cose con il loro nome!).

Penso – e naturalmente me ne assumo tutta la responsabilità – che all'interno della RAI si sia creata un'azienda nell'azienda, che vi sia una certa opacità di gestione, che spesso non nasce per finalità malvagie: a volte le posizioni dominanti derivano dall'esperienza, dal prestigio personale, dal *curriculum* professionale.

Non posso non segnalare alcune singolari coincidenze presenti nella convenzione RAI-Efeso.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
FRANCESCO STORACE

MARIO LANDOLFI. Lei stesso ieri ha ricordato le quattro fasi in cui questa con-

venzione si articolava: due speciali *Mixer*, uno sul Giubileo ed uno sulla città del futuro, una *soap* opera dal titolo *Un posto al sole*. Anche in quest'ultima è coinvolta la struttura Format, quindi nella vicenda c'è una posizione dominante dell'attuale direttore della terza rete, dottor Giovanni Minoli.

Il senatore De Corato al Senato ed io alla Camera abbiamo rivolto un'interrogazione – che lei conoscerà perché ci sono stati lanci di agenzie e l'annuncio di una querela nei nostri confronti – che riguarda l'appalto di questa produzione ad una società australiana, la Grundy. Ho chiesto se sia vero che si è in presenza di un subappalto ad una società italiana che, secondo le notizie riportate da alcuni giornali nel 1992 e nel 1993, si troverebbe sotto inchiesta da parte della magistratura di Milano.

Quello che le chiedo riprende anche domande che le sono state rivolte ieri da altri colleghi: cosa sta facendo la RAI – soprattutto il direttore generale – per assicurare trasparenza nei rapporti, per fare in modo che la RAI sia uno specchio del paese, qualcosa in cui il cittadino, l'utente, l'abbonato (visto che si paga un canone) si possa veramente specchiare senza trovare scheletri, fantasmi del passato che abilmente sono riusciti a riciclarsi?

Riassumendo, le chiedo per quale motivo i vertici RAI abbiano prima minimizzato la vicenda Efeso, per poi denunciarne le ambiguità e le atipicità fino ad annunciare la risoluzione del contratto. Le chiedo inoltre se sia vero che la *soap* opera che era uno dei prodotti in cui si articolava la convenzione RAI-Efeso sia stata subappaltata dalla società australiana ad una italiana e se sia vero, allo stato delle sue conoscenze, che questa società sia indagata da parte della procura milanese.

ANTONIO FALOMI. Credo si debba dare atto al direttore Iseppi della sensibilità istituzionale con la quale ha prontamente fornito alla Commissione una documentazione molto ampia sulla vicenda RAI-Efeso.

PRESIDENTE. Ella sa che è stata richiesta dal presidente con un atto che ella ha contestato ?

ANTONIO FALOMI. Vorrei che il presidente facesse il presidente, perché non è possibile continuare in questo modo !

PRESIDENTE. Avevo il dovere di farle notare questa cosa.

ANTONIO FALOMI. Non sto ricostruendo la verità: se il presidente mi avesse consentito di completare il ragionamento, forse avrebbe evitato questa interruzione.

PRESIDENTE. È l'intemperanza.

ANTONIO FALOMI. Effettivamente il presidente si deve guardare dall'intemperanza.

Parlavo della sensibilità istituzionale con la quale sono stati forniti alla Commissione materiali di documentazione molto ampi e dettagliati, andando al di là degli stessi limiti che la legge fissa ai poteri conoscitivi della Commissione stessa. Una sensibilità che non abbiamo avuto dal precedente consiglio di amministrazione, che si è sempre guardato dal fornire le documentazioni richieste, accampano anche argomenti di natura formale e normativa che hanno un loro fondamento.

In questo caso, invece, pur non rientrando nei poteri della Commissione questo tipo di potere conoscitivo, la RAI si è sforzata di produrre una documentazione. Evidentemente, come ha rilevato il direttore Iseppi, anche perché siamo di fronte ad una atipicità e unicità di questo contratto, che in qualche modo sfugge ai canoni più tradizionali.

La questione dei nostri poteri conoscitivi è un problema ancora aperto, ritengo anzi che la certezza con la quale il presidente li ha definiti sia da discutere; stiamo dibattendo dei poteri e delle competenze della Commissione e questo è uno degli aspetti che dovranno essere valutati. La mia opinione, per esempio, è che sia del tutto corretta la lettura delle norme di

legge che ci ha proposto la RAI circa i limiti dei poteri conoscitivi e consultivi della Commissione di vigilanza.

Direi che è corretta anche rispetto all'indirizzo generale che dovrebbe sempre essere affermato non solo nei rapporti tra potere politico, Parlamento, istituzioni, pubblica amministrazione e aziende che hanno una loro autonomia giuridica e gestionale: un indirizzo che sottolinea la necessità di una netta distinzione tra le funzioni di indirizzo e di vigilanza proprie di questa Commissione e le funzioni di gestione. Ho l'impressione che la richiesta di documentazione che viene qui proposta in realtà non corrisponda tanto ad un'esigenza di controllo e vigilanza della Commissione parlamentare quanto ad una volontà di interferenza nella gestione e nell'autonomia dell'azienda.

Su questo non siamo assolutamente d'accordo; è materia che stiamo esaminando e dovremo dare seguito al lavoro appena iniziato, non ritengo però si debba ricostruire la consociazione gestionale che per troppi anni ha caratterizzato i rapporti tra politica e servizio pubblico radio-televisivo: attraverso questo tipo di richieste, invece, vedo il riproporsi di quella logica che spinge alla spartizione, alla lottizzazione, alla consociazione.

Quanto al tema della pubblicità occulta, ho esaminato diligentemente tutto il materiale che ci è stato messo a disposizione. Il presidente mi consentirà una garbata lamentela nei suoi confronti perché nella sua lettera ha giustamente sottolineato che questa documentazione era a disposizione dei soli membri della Commissione, volendo implicitamente richiamare un'esigenza di riservatezza, alla quale poi si è sottratto « sparando » sui giornali e anticipando giudizi nel merito della vicenda.

PRESIDENTE. Mi può chiarire questo aspetto ?

Non riesco a capire dove avrei violato questa riservatezza: se si riferisce alla documentazione pubblicata dall'*Espresso*, lei sa che non posso averlo fatto io.

ANTONIO FALOMI. Mi riferisco ai suoi giudizi e alle sue valutazioni. Lei ci ha inviato una lettera nella quale sottolineava che questo materiale era a disposizione dei soli commissari, sottolineando in tal modo implicitamente che si trattava di materiale riservato. Dopo di che ho letto sue dichiarazioni sulla stampa che entravano già nel merito...

PRESIDENTE. Le mie dichiarazioni non riguardavano il materiale che ci ha inviato la RAI: i miei giudizi, se permette, sono miei!

ANTONIO FALOMI. Il presidente può replicare alla fine, se vuole, ma non mi può interrompere...

PRESIDENTE. Vorrei evitare che restassero a verbale cose che non sono vere.

ANTONIO FALOMI. Ha il potere di replicare, non di interrompere gli interventi.

PRESIDENTE. Lo userò.

ANTONIO FALOMI. Ho letto con attenzione tutto il materiale che la RAI ci ha inviato e che peraltro risponde a molte delle domande poste dai commissari; ho letto con attenzione anche il parere *pro veritate* dell'avvocato Fusi di Milano, secondo il quale né nel contenuto del contratto, né nelle tematiche affrontate, né nella sua concreta attuazione si è dato luogo a pubblicità occulta. Mi ritrovo però molto di più nel parere espresso in questa sede dal direttore Iseppi.

Ho visto anche la cassetta che ci è stata inviata ed effettivamente la sensazione di contiguità tra informazione e pubblicità occulta cui si riferiva il direttore Iseppi l'ho avuta anch'io. Per questo non posso non apprezzare (e sono colpito dal fatto che sembra di assistere ad una sorta di tribunale speciale nei confronti della RAI) il fatto che la RAI, di fronte all'ambiguità di questo contratto, abbia assunto decisioni che ritengo di grande rilevanza: ha deciso di inviare tutta la documentazione

al Garante dell'editoria, per verificare fino in fondo se vi sia stata una violazione (anche perché è quella, non siamo certo noi, l'unica autorità deputata a chiarire questi aspetti); ha deciso di sospendere e arrivare alla risoluzione del contratto RAI-Efeso; ha deciso di attivare una sorta di indagine interna per valutare tutti i comportamenti della struttura.

Mi sembra che la RAI abbia compiuto una grande operazione di pulizia e di trasparenza e francamente non capisco per quale ragione si voglia rovesciare il quadro e dipingere un gruppo dirigente della RAI arroccato a difendere non si sa bene cosa. Credo si sia operato correttamente, anche se, naturalmente, si tratta poi di vedere quali saranno le conseguenze di questa decisione. Sono convinto - e lo spero - che, se ci saranno conseguenze di natura finanziaria, la RAI si possa rivalere su tutti gli amministratori che sono stati responsabili di quelle decisioni: non può essere la RAI in quanto azienda a pagare per responsabilità proprie degli amministratori. Su tutta questa materia abbiamo l'esigenza di un chiarimento, ma mi pare che le decisioni prese in sostanza vadano nella direzione di mettere un punto fermo.

Ho l'impressione che, nell'ansia pur legittima di aumentare i propri ricavi, l'azienda abbia messo in piedi operazioni discutibili; sono quindi necessarie la massima chiarezza e trasparenza e mi pare che il consiglio si stia muovendo in questa direzione. Al di là del modo in cui è stata realizzata, l'idea che la RAI vendendo i diritti televisivi valorizzi le proprie trasmissioni e il proprio magazzino mi pare risponda ad un suo dovere, perché è un'azienda pagata con i soldi dei cittadini. Il punto su cui ci deve essere una piena garanzia riguarda il fatto che i programmi siano realizzati dall'azienda in piena e totale autonomia e non siano confezionati in funzione di qualcun'altro. Questo sì che configurerebbe quella pubblicità occulta di cui giustamente stiamo discutendo.

Voglio sottolineare tutti questi elementi per incoraggiare il gruppo dirigente della RAI ad andare nella direzione della pulizia e della trasparenza.

Su tutta la materia delle convenzioni con enti e amministrazioni dello Stato, che è diversa anche se può essere assimilata, ritengo corretto quanto ci è stato detto dalla RAI circa l'interpretazione delle norme. Naturalmente è importante avere chiaro quali siano le finalità e i compiti di queste convenzioni; noi siamo competenti, sempre che le amministrazioni pubbliche attivino questo rapporto, su tutta la materia delle convenzioni istituzionali; sarebbe allora necessario un maggiore chiarimento.

Vedo, per esempio, nel capitolo attività istituzionali proventi per 90 miliardi, mentre le convenzioni sono per 50 miliardi: gli altri 40 miliardi cosa riguardano?

PRESIDENTE. Devo fare una precisazione riferita alle affermazioni del senatore Falomi, che desidero contestare. Per quanto mi riguarda, non sono uscite notizie sul materiale che ho ricevuto dalla RAI (forse è uscita da altri colleghi, me ne dispiace, ma fa parte del gioco); le uniche informazioni che ho reso note sono quelle che ho ricevuto come privato cittadino.

Nella seconda parte dell'audizione erano iscritti a parlare dieci colleghi: al primo blocco, dopo l'onorevole Romani, si aggiungerà il collega Jacchia, così divideremo gli interventi in due gruppi di cinque.

PAOLO ROMANI. Credo che in questa audizione sia venuto alla luce sostanzialmente un problema del quale non avrei voluto parlare se non fosse stato menzionato nella lettera di accompagnamento che il direttore generale della RAI ci ha mandato in allegato al parere ed alla decisione assunta riguardo al contratto Efeso.

Il direttore generale ritiene di dover esprimere perplessità sull'attuale competenza della Commissione in materia di pubblicità e, conseguentemente, sulla spettanza dei poteri conoscitivi. Il direttore Iseppi fa riferimento all'articolo 4, comma 1, VI disposizione, della legge n. 103 e aggiunge che questo articolo sembra da ritenersi ormai abrogato per le competenze attribuite al Garante dalla successiva legge

Mammi. Questa argomentazione è stata ripresa anche dall'intervento precedente e francamente in questo senso, a mio avviso, è necessario fare chiarezza. Il citato articolo 4, comma 1, disposizione 6, della legge n. 103 prevede che la Commissione formula «indirizzi generali relativamente ai messaggi pubblicitari, allo scopo di assicurare la tutela del consumatore e la compatibilità delle esigenze delle attività produttive con la finalità di pubblico interesse e le responsabilità del servizio pubblico radiotelevisivo». È una dizione tutto sommato abbastanza generica, che però mi sembra faccia rientrare nell'ambito delle competenze della Commissione tutta la materia che concerne i messaggi pubblicitari, richiamando – vorrei sottolineare questo passaggio – la responsabilità del servizio pubblico radiotelevisivo. Non mi sembra, direttore generale, che quel comma sia contraddetto dall'articolo 31 – se non ricordo male – della legge n. 223, che attribuisce al Garante la competenza in materia di pubblicità. In quell'articolo si fa riferimento alla norma che regola la pubblicità, che in effetti attribuisce al Garante l'obbligatorietà del controllo sui limiti di affollamento e il tipo di pubblicità che viene inserita sia nel servizio pubblico sia in quello privato. Non mi sembra di poter essere così categorico, come è stato il direttore generale, nel ritenere ormai abrogate tra le competenze della Commissione quelle che sembrano invece esplicitate nella legge n. 103.

Pertanto, direi che oggi stiamo parlando di un argomento che ci compete, presidente, e sul quale possiamo tranquillamente dare valutazioni. Ci tenevo a dirlo, perché anche l'intervento precedente ha fatto riferimento a questo punto, sul quale dobbiamo fare chiarezza, perché altrimenti ci troveremo sempre nella condizione di non sapere se possiamo o non possiamo parlare di determinate materie. Ovviamente, penso siano ben chiare le competenze del Garante; forse non sono altrettanto chiare le competenze della Commissione. Ma in questo senso e verificando puntualmente le eventuali contraddizioni e interferenze che ci possono es-

sere tra i due provvedimenti, non mi sembra di poter condividere l'affermazione del direttore generale secondo il quale è da intendersi ormai abrogato l'articolo 4 della legge n. 103.

PRESIDENTE. Anche perché fa parte della convenzione tra Stato e RAI.

PAOLO ROMANI. Esatto.

Entrando nel merito dell'argomento della nostra audizione, devo dare atto al direttore generale della fatica che ha fatto ad inserire tra le voci del parere che ci ha dato il contratto Efeso. In effetti, è un contratto che esce da qualsiasi tipologia prevista. Devo dire che mi è sembrato molto faticoso anche il parere *pro veritate* dell'avvocato Fusi. Leggendo il materiale che ci è stato consegnato, a pagina 1 trovo la voce ricavi da altre attività per 95 miliardi; a pagina 2 i ricavi da altre attività diventano ricavi da attività istituzionali, sempre per un totale di 95 miliardi, all'interno dei quali c'è la distinzione tra convenzioni istituzionali e lotteria, per un totale di 50 miliardi. Dopo di che trovo la voce delle convenzioni istituzionali – che non so se facciano parte, ma sicuramente è così, dei ricavi istituzionali – e quindi quella delle attività commerciali.

Ora, le attività commerciali – qui ha ragione Iseppi – non fanno parte della nostra competenza, perché nella convenzione Stato-RAI è previsto, all'articolo 5, che queste siano competenza esclusiva dell'attività economica e di produzione dell'Ente di Stato radiotelevisivo. Ma il contratto Efeso purtroppo esce da questa collocazione, perché non è previsto un contratto di questo tipo, che consenta alla RAI di vendere in maniera camuffata – diciamo le cose come stanno – un contratto pubblicitario sotto forma di vendite di servizi. A mio avviso, la maniera più virtuosa di mettere in piedi un contratto di questo tipo sarebbe stata, visto che le Ferrovie hanno bisogno di mettere in onda dei filmati nelle stazioni o in altri sistemi multimediali, che la RAI producesse dei filmati con inserita la pubblicità dichiarata – questa sì – delle Ferrovie dello Stato, le

quali avrebbero potuto garantirsi l'utilizzazione. Sostanzialmente, non c'era bisogno di metterli in onda o di dare la conferma che fossero stati messi in onda, anche perché, nell'ultimo allegato, si parla di produzione radiofonica e vorrei sapere come quest'ultima può andare in onda nelle stazioni o in un sistema multimediale, che – guarda caso – nel contratto è sempre definito come mezzo televisivo.

Pertanto, ci sono sicuramente grandi contraddizioni in questo contratto e bene ha fatto l'attuale consiglio di amministrazione e l'attuale direttore generale a chiudere una partita che andava chiusa.

Ma rimangono due problemi fondamentali sul tappeto. Il primo, caro direttore e presidente, è che dobbiamo una volta per tutte chiarire le competenze della Commissione, soprattutto in materia di pubblicità. Per la premessa che ho fatto, non ritengo che questa Commissione non possa occuparsi di pubblicità al di là dei casi esplicitamente e con grande precisione descritti nella legge n. 223. Il secondo punto è che penso sia importante – proprio perché si tratta di pubblicità e di responsabilità del servizio pubblico – garantire agli utenti, a quelli che pagano il canone, ai cittadini, che non ci sia mai nulla di camuffato. Devo dire che, tutto sommato, è talmente ambiguo e – per usare una parola grossa – subdolo questo contratto che non mi spaventa, perché una volta esplicitato è chiaramente da buttare via. Ma mi spaventa molto di più la pubblicità camuffata (poco, a dire la verità) che ogni tanto vediamo in certi servizi, per esempio sulla FIAT, che non sono – spero – pagati, ma che sicuramente sono in contraddizione con la legge sulla libera concorrenza; non vorrei richiamare la legge n. 287, ma sicuramente si pone un problema da quel punto di vista.

Da un lato, la RAI deve fare un'analisi delle sue responsabilità di servizio pubblico – insisto su questo concetto, non sul mezzo radiotelevisivo – rispetto a tutte le problematiche che un moderno paese industriale può porre ed anche sulla liceità o legittimità che può avere un servizio pubblico nel momento in cui si esprime attra-

verso servizi riguardo alle attività più moderne, tecnologicamente più avanzate, che il sistema produttivo può proporre. Ma tutto ciò deve essere fatto in maniera chiara, riconoscibile e soprattutto equilibrata: non si può privilegiare un soggetto imprenditoriale rispetto ad un altro.

Dall'altro lato, penso che questo episodio possa chiudere una volta per tutte il problema delle attività commerciali in quanto tali. Se si tratta delle attività commerciali descritte dall'articolo 5 del contratto di servizio, vanno tutte bene, perché si tratta di privilegiare i CD-Rom, le cassette e le altre attività commerciali che sono di competenza specifica del mezzo radiotelevisivo. Se si tratta di altre attività commerciali, non avendo noi teoricamente la possibilità di intervenire, perché ci sarebbe preclusa dalla dizione «attività commerciale», in quel caso nascerebbe un problema di responsabilità del servizio pubblico nell'adeguare se stesso al ruolo che svolge nel paese.

ENRICO JACCHIA. Cercherò di essere molto breve, perché vedo che, grazie alla sua cortesia, è difficile dar seguito alla mia ambizione di limitare a cinque minuti gli interventi.

Prima di tutto vorrei dire che ogni volta che ci riuniamo torniamo a questa manfrina sui poteri e le competenze della Commissione. Certo, è un tema importante, ma ne discutiamo anche in ufficio di presidenza. Quindi, mi auguro che la Commissione nel suo complesso possa andare oltre e finalmente aggredire i problemi chiave.

Vorrei anche soffermarmi sul problema delle esternazioni dei membri della Commissione. Francamente, presidente, non mi pare che la si possa accusare di aver divulgato il contenuto di documenti interni riservati. Lei ha reso delle dichiarazioni, ma lo fanno tutti; ad un certo momento mi metterò a farle anch'io. Insomma, non ci si può chiudere la bocca. Siamo attenti nel giudicare le esternazioni, che vanno considerate per quello che sono, ben diverse dalla divulgazione di documenti riservati o segreti.

Per entrare nel concreto di quest'audizione, a me pare che il direttore generale Iseppi abbia mostrato una buona volontà. Mi dispiace di non aver potuto partecipare alla seduta di ieri, ma ho letto il testo che egli ha consegnato, nel quale dice chiaramente che l'operazione RAI-Efeso non comincia bene, perché trae origine da alcuni contatti avviati, eccetera... Non comincia bene! Più avanti dice che più in generale la RAI ha avviato una profonda riconsiderazione delle strategie, finalizzata a non riprodurre l'isolata e criticabile esperienza del contratto Efeso. Da parte di una nuova amministrazione mi sembra che non sia un atteggiamento di chiusura. È certo che, come dice Falomi, bisogna andare a fondo sulle attività di indagine interna per accertare come sono andate le cose e mi sembra che la direzione generale voglia farlo. Se poi si accerteranno responsabilità di passati amministratori – e forse se ne troveranno – la RAI potrebbe rivalersi nei loro confronti; mi parrebbe una procedura sacrosanta e tutti i contribuenti italiani saranno felici se potrà succedere una cosa del genere.

Sul fondo la posizione della lega è che la Commissione di vigilanza possa fare degli approfondimenti per chiarire tutto ciò che è ambiguo. Anche nei confronti dell'opinione pubblica non bisogna dare l'impressione che si voglia mettere la museuola ad una Commissione parlamentare che su questa materia rappresenta la nazione. D'altra parte, il direttore generale si è incamminato su questa strada; il suo è un inizio di collaborazione verso la quale dobbiamo spingere il più possibile.

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Lascerei per ultime le risposte all'onorevole Romani, che ha affrontato un tema di fondo.

Per quanto riguarda il caso Efeso, potrei in due minuti ribadire fino in fondo la nostra posizione. Nella mia relazione di ieri mi era parso di essere stato fin troppo chiaro circa la posizione del nuovo vertice, insediatosi tre mesi fa, su un contratto aziendale stipulato nove mesi fa: in altre parole, nessuna copertura, massima tra-

sparenza, rigore assoluto, interesse a riconsiderare le strategie future. Questo è stato il ragionamento.

Il contratto Efeso sarà risolto. I presupposti operativi e la struttura dell'operazione non richiedevano una misura così drastica, ma alcuni suoi profili applicativi hanno destato preoccupazione per la pericolosa contiguità con possibili future forme di pubblicità occulta. Si è perciò ritenuto di chiudere un contratto atipico nella storia dei contratti RAI, per allontanare possibili indesiderate contaminazioni pubblicitarie in spazi non propri. Secondo alcuni è stata una misura eccessiva, ma ritengo che sia un segnale di trasparenza del nuovo vertice.

Per quanto concerne invece il comportamento delle competenti strutture aziendali in tutta la vicenda, mi è sembrato anche qui di essere stato chiaro. Ogni valutazione è sospesa fino a quando non sarà completato l'*internal audit*. Quindi, non ci saranno iniziative fino a quando non si sarà chiusa questa fase conoscitiva.

Più in generale, si è deciso di avviare una profonda riconsiderazione delle strategie del settore delle convenzioni, per giungere ad una linea operativa che definisca le attività commerciali nell'ambito dei rapporti con le istituzioni pubbliche, centrali e locali, e dello sfruttamento del magazzino, attraverso poche e qualificate operazioni. Tutto ciò grazie anche al contributo che sarà dato dalla riflessione e dal lavoro che si fa sia in Commissione sia in RAI.

Infine, sempre sul caso Efeso e in questo senso cominciando a rispondere ad alcune delle domande dell'onorevole Grignaffini, ho annunciato l'intenzione della RAI di sottoporre al Garante per l'editoria e la radiodiffusione la documentazione relativa al contratto e le relative registrazioni, con l'intento di ottenere preziose indicazioni per superare le problematiche della commistione impropria fra informazione, promozione e pubblicità. Questo mi sembra il tema di fondo su cui avere degli indirizzi.

Vengo ora alle singole risposte. Mi sembra di aver risposto sul discorso informa-

zione e pubblicità, sollevato dall'onorevole Grignaffini.

Non ci sono programmi in corso; i programmi sono tutti sospesi. In pratica, si è chiusa la vicenda con quei programmi che sono stati mandati in cassetta per conoscenza alla Commissione. Quindi, non esistono programmi sospesi di nessun tipo. Così come si è chiusa sia l'operazione *Solletico* sia l'operazione *soap opera*, nel senso che non si è avviata.

Sul problema sollevato dall'onorevole Landolfi relativamente a Grundy, la situazione è questa: al riguardo non è in essere un solo rapporto con la società australiana Grundy. Si tratta di un contratto di preacquisto di diritti, i cui contenuti normativi ed economici, su proposta del direttore generale, sono stati approvati dal consiglio di amministrazione e sottoscritti dal presidente. Non esiste pertanto un qualsiasi rapporto negoziale tra la RAI e la società Aran per la produzione di *Un posto al sole*. Quindi, non esiste questo tipo di contratto. Con la Grundy production è in corso un contratto per 230 puntate di 25 minuti ciascuna dal titolo *Un posto al sole*. Mi riferisco non a Grundy, ma ad Aran.

MARIO LANDOLFI. Il rapporto dovrebbe essere tra Grundy ed Aran, non tra RAI ed Aran.

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Difatti non esiste un rapporto con Aran.

MARIO LANDOLFI. Lo so, altrimenti avrei chiesto un'altra cosa. Ma tra Grundy ed Aran?

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Questo non lo so. Dico solo che non c'è un rapporto tra RAI ed Aran, mentre c'è un rapporto tra RAI e Grundy.

Per quanto riguarda le dichiarazioni su una nostra denuncia del *TG5*, si era valutato che vi era contesto complessivo diffamatorio e c'era soprattutto l'idea di estendere a tutte le convenzioni i sospetti relativi ad Efeso, per cui si è chiesto al profes-

sor Coppi di studiare la possibilità di una denuncia.

PRESIDENTE. È stata depositata una denuncia?

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. No, non è stata depositata nessuna denuncia.

Per quanto riguarda invece quel passaggio di comunicati cui lei fa riferimento, il primo comunicato risale a quando è scoppiato il caso e quindi ad un momento in cui non c'era un livello di conoscenza sufficiente per prendere delle decisioni. Il secondo comunicato cui lei fa riferimento non è un comunicato dell'azienda intesa nei suoi vertici, ma della direzione commerciale e in realtà viene dopo la trasmissione dei documenti alla Commissione. Quindi, sostanzialmente non esiste un'incoerenza tra queste cose, perché nel documento presentato in Commissione il 10 ottobre era già anticipata una posizione di questo tipo. Sostanzialmente, il comunicato della direzione commerciale è a difesa di un settore ed è indipendente dalla posizione aziendale espressa anticipatamente la settimana precedente.

PRESIDENTE. Può chiarire questo aspetto?

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. La sequenza è questa. C'è stato un comunicato, cui fa riferimento lei, che è nato il giorno in cui è scoppiato il caso Efeso, dove la RAI sostanzialmente dice: « Prima di prendere una posizione voglio capire come sono andate le cose ». Poi c'è una posizione ufficiale della RAI, che è quella del documento presentato alla Commissione parlamentare in vista della riunione del giorno 10 ottobre, che non si è tenuta e che è stata rinviata. Quella è la posizione a quella data. Poi, c'è stata una discussione in consiglio di amministrazione sul livello di informazione cui si era pervenuti nel frattempo e il consiglio, su mia proposta, ha deciso di sospendere il contratto Efeso. Poi, c'è stato il comunicato (cui lei fa riferimento) emesso dalla

direzione commerciale, che in questo modo intendeva sostanzialmente difendersi rispetto alle posizioni che erano state ufficialmente assunte da parte del consiglio. Questa è la sequenza dei fatti, a seguito della quale non è facile parlare di contraddizioni, in quanto la stessa sequenza denota una certa logica di comportamento e coinvolge soggetti diversi.

Per quanto concerne il discorso dell'atipicità, credo si sia detto sostanzialmente tutto, mentre con riferimento alle responsabilità amministrative ritengo si debba attendere la conclusione del processo conoscitivo. Vi forniremo inoltre alcuni dati di tipo economico in ordine ai 90 miliardi di cui si è parlato.

Soffermandomi ora sulla questione sollevata dall'onorevole Romani in ordine alla mia lettera, devo rilevare che in quest'ultima non vi è nulla di categorico, in quanto il verbo usato è « sembra », per cui è difficile – lo ripeto – ritenere che si esprima una posizione di tipo categorico: si tratta in realtà di una posizione di carattere problematico che pone degli interrogativi. Quindi, nella lettura che ne è stata data vi era una forzatura, che peraltro comprendo ma che non corrisponde al testo della mia lettera, ispirata in realtà ad un carattere di problematicità e al massimo dell'apertura. Se poi si vuole entrare nel merito specifico della questione, potrà farlo l'avvocato Esposito.

Per quanto concerne, invece, i dati circa il modo in cui si determinano i 90 miliardi ai quali si è fatto riferimento, siamo in grado di fornirvi tutte le informazioni che volete e possiamo farlo anche subito.

ANTONIO FALOMI. Avevo avanzato una richiesta in ordine alla documentazione.

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Ve la possiamo fornire immediatamente.

A questo punto, considerato che si è fatto un riferimento esplicito alle lotterie, se lo ritenete, posso darvi informazioni su tale questione.

PRESIDENTE. Sempre se non travalichiamo le vostre competenze!

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. È difficile rispondere alle battute simpatiche!

Per quanto riguarda il nostro accordo con il Ministero delle finanze per la promozione delle lotterie, la situazione è la seguente: per il terzo anno consecutivo il Ministero delle finanze (Monopoli di Stato) ha chiesto a RAI e Mediaset, cui si è aggiunto nel 1996 il gruppo Cecchi Gori, di realizzare congiuntamente la promozione delle lotterie nazionali tradizionali e «gratta e vinci». La promozione, per la parte della RAI, prevede inserimenti promozionali in programmi di rete televisivi e radiofonici (*Carramba, Uno Mattina, Giochi senza frontiere, Luna Park, I fatti vostri* e, per la radio, *Il ruggito del coniglio* e *Radiodue time*), *spot* televisivi e radiofonici collocati fuori dai *break* pubblicitari, pagine di Televideo con informazioni sui biglietti estratti e sulle lotterie in programma, nonché pianificazione di spazi pubblicitari sulla stampa quotidiana e periodica (solo per la lotteria Italia).

Nel 1995 la remunerazione della promozione è stata di 41 miliardi complessivi (20,5 per la RAI e 20,5 per la Mediaset); per il 1996 il ministero ha stanziato circa 50 miliardi (24 per la RAI, 24 per la Mediaset e 2 per il gruppo Cecchi Gori).

A questo punto, il dottor Mengozzi potrà fornirvi una serie di informazioni sugli altri dati di tipo economico.

FRANCESCO MENGOZZI, *Vicedirettore generale della RAI*. Farò riferimento alla voce dei problematici 95 miliardi, in ordine ai quali proverò a fornirvi un'analisi del dato. La prima voce, il cui importo è di 3,5 miliardi, è rappresentata da una convenzione con il Ministero della pubblica istruzione mirante a realizzare un programma afferente alla formazione dei docenti; una voce da 23 miliardi è quella relativa alla lotteria Italia, alla quale ha fatto riferimento poco fa il dottor Iseppi; vi sono poi ricavi afferenti alla ritrasmissione via satellite di RAI 1 in Europa (questa

voce vale 4,5 miliardi), proventi legati all'attività dell'orchestra sinfonica (4,1 miliardi), ricavi per *home video* e vendite diverse (11 miliardi), contratti relativi a Televideo e Telesoftware (12,6 miliardi), nonché 8,7 miliardi di ospitalità impianti; infine, vi è la voce dei 27,5 miliardi relativi alle cosiddette convenzioni istituzionali.

Dopo aver analizzato i 95 miliardi nel loro complesso, possiamo ora soffermarci analiticamente su questi 27,5 miliardi, composti da 12 miliardi per convenzioni con amministrazioni pubbliche centrali (illustrerò poi la loro tipologia), 8 miliardi per convenzioni con pubbliche amministrazioni periferiche, 6 miliardi per cessione di marchi, loghi e diritti, nonché altri ricavi minori per 1,5 miliardi.

PAOLO ROMANI. C'è anche Efeso?

FRANCESCO MENGOZZI, *Vicedirettore generale della RAI*. Sì, in questi 27,5 miliardi figura anche la contestata partita Efeso. Se lo ritenete utile, posso darvi qualche indicazione sulla composizione di questa tipologia.

ENRICO JACCHIA. In che cosa consistono le convenzioni con pubbliche amministrazioni periferiche?

FRANCESCO MENGOZZI, *Vicedirettore generale della RAI*. Rispondo subito al senatore Jacchia che si tratta di convenzioni con regioni, province, comuni ed enti locali aventi ad oggetto prevalentemente la promozione del territorio oltre che di prodotti tipici e manifestazioni locali. Giova segnalare, al riguardo, che la previsione di *budget* di 8 miliardi alla quale ho fatto riferimento si ridurrà, a consuntivo, a 5 miliardi.

Per quanto riguarda, invece, l'amministrazione pubblica centrale, si tratta di convenzioni con il Ministero delle risorse agricole, il Ministero del lavoro, il dipartimento della funzione pubblica, aventi ad oggetto la realizzazione di programmi e/o segmenti di programmi volti ad approfondire tematiche di preminente interesse pubblico, nell'ambito dei compiti istituzionali affidati a ciascuna amministrazione

(sicurezza stradale, formazione professionale, uso corretto dei farmaci, diritti del cittadino).

La voce relativa alla cessione di marchi, loghi e diritti si spiega, per così dire, da sola, mentre nell'ultima voce rientrano importi minori relativi soprattutto al finanziamento di specifiche attività di ricerca svolte dalla RAI per conto di organismi internazionali.

PRESIDENTE. A questo punto, se lo ritiene, può intervenire l'avvocato Esposito, che era stato chiamato in causa dal dottor Iseppi.

RUBENS ESPOSITO, Direttore degli affari legali della RAI. Il problema in questione è talmente complesso che il condizionale usato dal dottor Iseppi non è semplicemente una cautela espressiva, ma risponde ad una situazione sostanziale di difficoltà. Tra l'altro, poiché il problema è molto serio, anche la Commissione se l'è posto e mi pare che lo stia dibattendo.

La nostra opinione, espressa – appunto – al condizionale, trae origine innanzitutto dal fatto che la richiesta era motivata dalla constatazione che la pubblicità ravvisata in Efeso era qualificata come occulta, per cui il riferimento immediato era al decreto legislativo n. 74 del 1992, che attribuisce la competenza esclusiva in tema di pubblicità occulta ed ingannevole al garante della concorrenza e del mercato. Trattandosi di norma speciale successiva a quella del 1975, è parso che un'ipotesi abrogativa non fosse del tutto irragionevole.

D'altro canto, occorre considerare che la legge n. 103 del 1975, nel ricostituire le funzioni della Commissione parlamentare di vigilanza, non trovava in questo corpo normativo altra disciplina della pubblicità che non fosse quella da essa recata, né individuava altro organo di controllo e garanzia al di fuori della Commissione parlamentare di vigilanza. Successivamente, nel 1990, è entrata in vigore la legge Mammì, che ha disciplinato specificamente la pubblicità ed ha assegnato al garante per l'editoria e la radiodiffusione la

competenza a verificare e sanzionare le eventuali violazioni della normativa sulla pubblicità, tra cui la pubblicità occulta, non trasparente.

Successivamente è entrato in vigore il già citato decreto legislativo n. 74 del 1992, emanato in attuazione di una direttiva comunitaria di qualche anno prima, che non solo ha disciplinato la pubblicità ingannevole, ma ha attratto nel proprio ambito anche quella occulta, sottraendola, sotto questo aspetto, alla competenza del garante per l'editoria e la radiodiffusione ed affidandola alla competenza esclusiva del garante della concorrenza e del mercato.

Considerata questa sequenza normativa, che si qualifica per successione temporale delle norme e per specificità di contenuti, era parso non irragionevole prospettare un dubbio sulla sopravvivenza attuale dell'articolo 4 della legge n. 103 del 1975, sotto due ordini di profili: intanto, ci si chiedeva se sussistesse totalmente questa competenza o se essa si presentasse invece erosa, o comunque ridotta e residuale, rispetto a quella del garante per l'editoria e del garante della concorrenza e del mercato. Quindi, l'ipotesi prospettata era un'abrogazione *tout court* della norma a seguito dell'introduzione di una disciplina *ex novo* dell'intera materia, oppure una combinazione di norme che facessero salve le competenze specifiche delle due autorità indipendenti e *de residuo* lasciassero intatta quella spettante alla Commissione parlamentare, probabilmente in tema di messaggi pubblicitari qualificati come tali (la pubblicità tabel-lare) e per quanto riguarda funzionalmente il rapporto tra questo tipo di pubblicità e le esigenze del servizio pubblico.

Entro questi limiti il dubbio si pone e va risolto.

PRESIDENTE. Può chiarire se vada considerata errata o comunque non condivisibile la mia interpretazione circa il fatto che l'articolo 4 entra per intero nella convenzione tra Stato e RAI, che è successiva a tutta questa normativa?

RUBENS ESPOSITO, *Direttore degli affari legali della RAI*. Il problema riguarda le fonti: lei parla di convenzione, ma occorre considerare che nella gerarchia delle fonti viene prima la legge e poi gli atti amministrativi.

PRESIDENTE. Questo lo sapevo. Si pone comunque un problema.

RUBENS ESPOSITO, *Direttore degli affari legali della RAI*. A nostro avviso, il problema si pone in questi termini: l'articolo 4 richiamato dalla convenzione RAI-Stato è lo stesso articolo come si presenta dopo gli effetti abrogativi o riduttivi spiegati dalle altre norme che ho richiamato.

PRESIDENTE. È un'interpretazione che ha una sua logica.

Diamo ora inizio al secondo turno di interventi, in cui prenderanno la parola i colleghi Follini, Passigli, De Corato, Nappi, Fumagalli Carulli e Semenzato.

MARCO FOLLINI. Mi sembra che il principale punto di accordo della discussione svoltasi tra ieri ed oggi riguardi il giudizio sull'accordo tra RAI ed Efeso e la considerazione, fatta all'unisono dalla Commissione parlamentare e dall'azienda, che si sia trattato di una sorta di rapporto incestuoso tra pubblicità, promozione e informazione, tra pubblicità promozione e programmazione.

La denuncia del contratto da parte della RAI mi appare come un esito abbastanza obbligato di questa considerazione ed apprezzo il fatto che vi sia stata tale denuncia; spetta ovviamente alla RAI, nella sua autonomia e all'interno della sua competenza, individuare i passi successivi da muovere e le garanzie da introdurre affinché non si ripetano situazioni del genere. Su questo piano, credo che il ruolo della Commissione sia importante ma inter venga, per così dire, in seconda battuta.

L'argomento potrebbe esaurirsi qui, ma mi sembra di capire che così non sia, nel senso che la vicenda Efeso è stata l'occasione per una riflessione più ampia che ha riguardato, da un lato, i rapporti tra la

Commissione parlamentare di vigilanza e l'azienda e, dall'altro, le garanzie di un'informazione e di una programmazione fortemente indipendenti da una serie di condizionamenti che abbiamo visto all'opera in maniera piuttosto massiccia in quest'occasione.

Con lo stesso spirito con cui do atto al direttore generale della RAI di aver denunciato per tempo il contratto con Efeso, debbo dirgli che mi ha convinto meno la parte della sua introduzione relativa alle informazioni che l'azienda sente di dover fornire per corrispondere alle esigenze più che alle curiosità della nostra Commissione parlamentare. Ritengo comunque che l'ultima cosa che possiamo e vogliamo fare sia immaginare una sorta di conflitto di competenze tra la Commissione e l'azienda, in quanto i rispettivi ruoli sono chiari a tutti: questo non è né un tribunale speciale né una Commissione anti RAI e non mi pare che l'esercizio dei nostri poteri di vigilanza venga interpretato con animo particolarmente malevolo, indiscreto, o comunque tale da limitare le prerogative dell'azienda ed i suoi diritti nell'ambito di un mercato fortemente competitivo come è diventato quello della televisione. Ritengo, tuttavia, che alcune informazioni non costituiscano, per così dire, un *optional* e non vorrei che ci trovassimo nella curiosa situazione descritta dal collega Falomi, per cui da un lato si ritiene che le informazioni non siano dovute e dall'altro si apprezza il fatto che, pur non essendo dovute, siano state corrisposte tanto generosamente. Credo che in tale ambito la Commissione abbia alcuni diritti che è quasi suo dovere sottolineare e far presenti.

L'altro aspetto che discende da tale vicenda riguarda il rapporto tra l'azienda ed una serie di condizionamenti che attraversano il sistema degli interessi economici e sociali. Vi è un'attenzione ed una letteratura, per alcuni aspetti forse anche caricaturale, sul peso della politica nella RAI e su quanto la politica abbia a che vedere con le persone, ma direi anche con il prodotto. Ritengo che una certa compiacenza verso il potere economico, pubblico o pri-