

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
FERDINANDO ADORNATO

**La seduta comincia alle 14,35.**

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

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

*(Così rimane stabilito).*

**Audizione di rappresentanti di RAI, Mediaset e Sky Italia.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul calcio professionistico, l'audizione di rappresentanti di RAI, Mediaset e Sky Italia.

Avverto che, se non vi sono obiezioni, i rappresentanti di RAI, Mediaset e Sky Italia saranno auditi distintamente.

*(Così rimane stabilito).*

Credo siano ormai noti a tutti i motivi che ci hanno spinto ad intraprendere questa indagine conoscitiva; in particolare, è nostra intenzione ascoltare i diretti interessati per comprendere, al di là della fase emergenziale, le radici del malessere del mondo del calcio e trarre da questi incontri importanti elementi di valutazione finalizzati ad agevolare il nostro compito istituzionale: un documento conclusivo che potrà contenere spunti per

eventuali provvedimenti normativi e utili raccomandazioni per i protagonisti del mondo del calcio. In tale contesto, l'odierna audizione sarà incentrata prevalentemente sul rapporto del settore del calcio con i *media*, la televisione anzitutto, e sulla questione dei diritti televisivi in particolare.

Saluto il dottor Fabrizio Maffei, direttore di RAI Sport, qui accompagnato dal dottor Giampiero Bellardi, vicedirettore della medesima struttura, e dal dottor Vittorio Vitalini Sacconi, responsabile dell'osservatorio legislativo della RAI.

Do la parola al dottor Maffei per il suo intervento introduttivo.

FABRIZIO MAFFEI, *Direttore di RAI Sport*. Signor presidente, desidero solo svolgere una breve premessa prima di concedere spazio alle domande degli onorevoli.

Vorrei manifestare il mio stato d'animo, da appassionato oltre che da operatore del settore, nei confronti del mondo del calcio, di questo mondo del calcio. Ho una visione, ahimè, ancora romantica del calcio rapportata ai giornali, alle televisioni, alle trasmissioni sul calcio. Non dico di essere un nostalgico del periodo in cui la televisione trasmetteva soltanto il secondo tempo di una partita di calcio di serie A e l'allora conduttore di *Novantesimo minuto*, Paolo Valenti, evitava addirittura di comunicarne il risultato per non rovinare — erano le parole di Paolo — la visione ai telespettatori. Non sono un nostalgico, ma poco ci manca.

La mia è forse una estremizzazione di un concetto che passa attraverso una convinzione: credo che oggi ci sia troppa offerta e che questa abbia in un certo senso svilito il prodotto calcio, facendone venir meno uno dei connotati principali, la

credibilità. Viviamo in una società in cui alcuni valori sono assolutamente venuti meno ed alcune certezze non esistono più. Un tempo si diceva che l'unica cosa certa era l'orario di inizio delle partite di calcio. Crollasse il mondo, con pioggia, neve o vento, alle 14,30 iniziavano le partite di serie A (vedo che qualche onorevole annuisce). Oggi non è più così, non c'è nemmeno la certezza sul programma del campionato di calcio. Questa eccessiva spalmatura dell'offerta, con anticipi e posticipi, posticipi degli anticipi e anticipi dei posticipi, ha generato una confusione tale nel tifoso, nel telespettatore, per cui oggi anche un addetto ai lavori ignora quali partite si giocheranno la domenica successiva e in quali orari. Ecco, è addirittura difficile conoscere il programma delle partite anche per un addetto ai lavori!

Questa spalmatura dell'offerta non è concentrata soltanto sulla domenica ma è estesa sui sette giorni della settimana: c'è calcio tutti i giorni. E non solo di serie A: la serie B è anticipata al sabato ma con un posticipo, prima il lunedì e adesso la domenica sera. Poi vi sono le coppe internazionali. Non credo che questo genere di offerta possa produrre favori e successi, né al mondo del calcio né a chi segue il calcio e né tantomeno alle famiglie italiane.

Ritenevo di dover svolgere questa premessa, proprio per giustificare eventuali mie risposte alle domande degli onorevoli. Consentitemi, in conclusione, di precisare, in merito alla questione dei diritti televisivi, che non sono io la persona più indicata a risponderne in quanto la struttura sportiva della RAI si compone di due anime: il versante editoriale, da me diretto, e la direzione acquisizione diritti sportivi, che non è qui rappresentata.

**PRESIDENTE.** La ringrazio. Do ora la parola ai colleghi che intendano intervenire.

**GIOVANNI LOLLI.** Condivido ampiamente la sua premessa. Le comunico che nella discussione avvenuta finora in Commissione è emerso che il fronte dei diritti

è uno dei punti centrali di una possibile riforma del sistema. Riteniamo che l'applicazione della legge n. 78 del 1999, che ha consentito in Italia la vendita soggettiva dei diritti, abbia prodotto serie distorsioni in questo settore. È mia personale opinione (ma ampiamente diffusa in questa Commissione) che bisogna intervenire su tali punti, anche perché il prodotto si sta svalutando. Lo squilibrio determinato dalla vendita differenziata e soggettiva dei diritti televisivi fa sì che il campionato ormai lo possa vincere un numero di squadre sempre più limitato. Ma così si perde l'appetibilità dell'intero prodotto!

Le domando, in primo luogo, il suo parere a proposito dell'opportunità di modificare le disposizioni attuali. Le chiedo, inoltre, se la vendita collettiva dei diritti rappresenti effettivamente la soluzione migliore, oppure no. La domanda non è del tutto ovvia, allorché la si valuti alla luce dell'episodio — a mio parere piuttosto sconcertante — accaduto proprio in questi giorni: come sappiamo, tre società, le più forti, hanno provveduto a vendere i propri diritti dal 2005 sino al 2007, e lo hanno fatto forzando le disposizioni normative oltre i limiti consentiti (si ricordi che la legge prevede il principio della biennalità: sostanzialmente, il modo in cui si è operato rappresenta una forma di aggiramento di quanto disposto in via normativa). A fronte di ciò, ritiene che si possa ritornare ad una vendita collettiva, come invece avviene in quasi tutti gli altri paesi?

Nel caso di una vendita centralizzata, reputa possa porsi qualche problema relativamente al corretto accesso ai contenuti (*highlight*, partite in diretta), per competitori che utilizzano strumenti non satellitari? In Europa questa materia è normata con la previsione di sublicenze obbligatorie, totali o parziali: nel momento in cui si ritorna ad una vendita centralizzata, domando come sia possibile garantire un accesso al prodotto per tutti i soggetti interessati. Ha una sua opinione in materia?

A proposito, poi, dell'eccesso di offerta, lei sa che in Germania la *Bundesliga* decide di utilizzare la domenica soltanto a

partire dalle 17,30 in poi. Diversamente, mi risulta che in Italia addirittura si voglia consentire un affollamento ulteriore degli spazi televisivi: non sarebbe più sano, invece, provare a introdurre alcuni limiti, anche per fare in modo che il prodotto sia più sostenuto e meglio venduto?

Le chiedo inoltre perché la RAI, l'estate scorsa, non abbia partecipato alla gara per acquisire i diritti sulla *Champions league*: quali sono i motivi?

Mi pare, inoltre, che la RAI sia troppo poco energica nel difendere i diritti che, tra l'altro, ha pagato. Mi spiego meglio con un esempio. Ci fu un caso clamoroso, di cui si occuparono i giornali, a proposito della partita di Coppa Italia Siena-Juventus (non si trattava, cioè, di un evento qualsiasi ma di una occasione di una certa rilevanza dal punto di vista calcistico), che la Lega decise semplicemente di spostare, a causa della contestuale partita di *Champions league* trasmessa da un vostro competitore. Questa decisione, indubbiamente, provocò un danno alla RAI senza, però, che da quest'ultima si sia mai udita protesta alcuna.

Vengo, quindi, ad un'altra osservazione: la RAI, lodevolmente, è l'unica struttura che trasmette eventi di calcio minore, di cui si occupa RAI Sport satellite. Nonostante tali iniziative, ritengo, però, che questo tipo di competizione calcistica non sia sufficientemente sostenuto. È possibile ipotizzare una forma di intervento capace di assicurare che questo spazio acquisisca maggiore supporto e incentivazione da parte della RAI?

FABRIZIO MAFFEI, *Direttore di RAI Sport*. In primo luogo, ritengo che l'accesso delle altre emittenti televisive al prodotto calcio possa avvenire attraverso il rispetto del diritto di cronaca, che la RAI garantisce e altri — non agendo sempre in modo analogo — talvolta non assicurano, e fanno pagare alla stessa RAI: parliamo di una somma pari a 800 euro al minuto, ciò che, francamente, rientra in alcune bizzarrie del rapporto esistente tra la nostra azienda e le altre. Sono assolutamente concorde con chi avanza l'idea di tornare

a discutere attorno ad un tavolo sulla vendita dei diritti televisivi, con qualcuno che rappresenti realmente l'interesse delle singole società.

Ritengo, peraltro, di condividere il principio per cui le operazioni di vendita non siano lasciate più alla libera trattazione. È vero quanto lei dice, onorevole Lolli, ed è vero che — qualora non si muti direzione — saremo costretti ad assistere ad un campionato in cui a contare — sotto l'aspetto tecnico-agonistico — saranno soltanto tre squadre. Un campionato con venti squadre, nel quale emergano esclusivamente tre formazioni, in quanto più attrezzate e più forti, essendo le più ricche, perderebbe sicuramente *appeal*. Mi sia consentito addurre un esempio tratto ancora dal mondo sportivo: stiamo vivendo collegialmente, per nostra fortuna « nazionale », in quanto tifosi della Ferrari, un campionato del mondo di Formula 1 straordinario. La vittoria della Ferrari è talmente schiacciante, però, che qualcuno addirittura comincia ad ipotizzare — qualora lo scenario dovesse rimanere inalterato anche nel futuro — la perdita di attrattiva e interesse verso una competizione dal risultato scontato. Ho citato questo caso proprio per spiegare chiaramente che, in mancanza di competizione, anche i migliori tifosi inizieranno a stancarsi della vittoria dei propri campioni. E reputo che questo stesso atteggiamento accomuni anche i tifosi delle tre grandi società di calcio, i quali ormai hanno compreso la necessità di assicurare al campionato un'effettiva competizione calcistica, in modo tale che non siano solo tre squadre a disputarne le finali.

Quel fascino che da sempre il calcio esercita è dovuto anche ad eventi incredibili, come il caso del « clamoroso al Cibali »: temo che eventi di questo tipo, responsabili di aver reso famoso il calcio, debbano ormai rimanere solo nella memoria dei più anziani; se mai lo saranno in quella dei più giovani, ciò avverrà esclusivamente per il fatto che « clamoroso al Cibali » è oggi anche una rubrica della nostra *Domenica sportiva*.

Ci stiamo incamminando, invece, sempre più verso un campionato scontato, nel quale l'*appeal* diminuisce progressivamente, sfilando anche il prodotto calcistico ed il suo valore. Quando la RAI acquisisce diritti in chiaro, li acquisisce ben prima della formulazione dei campionati. Nel 2005 scadrà il contratto e alla luce di ciò mi chiedo se non valga la pena sedersi ad un nuovo tavolo di trattativa e porre alcuni paletti, primo dei quali la nostra indisponibilità a pagare, per il futuro, cifre spropositate per comperare qualcosa che, in realtà, vale molto meno. E vale molto meno perché la spalmatura delle partite consente alla RAI di avere un'esclusiva su un unico programma, e a condizioni sfavorevoli: infatti, *Novantesimo minuto* è ricco, quest'anno, solo di partite di seconda e terza fascia, dal momento che quelle più importanti, giocate dalle squadre più forti, vengono anticipate il sabato (in ragione, ad esempio, di impegni in *Champions league*) oppure, come avviene per le partite più importanti della domenica, sistematicamente posticipate alle 20.30 (con tutto il rispetto per le squadre minori). *Novantesimo minuto*, il solo programma per cui la RAI spende certe cifre — ne spiegherò successivamente le ragioni — è ormai una trasmissione nella quale si possono vedere quasi esclusivamente immagini di Siena, Perugia, Reggina, Brescia, Ancona, Chievo, Empoli, senza con ciò voler offendere alcuna di queste squadre più piccole. Quindi, ecco che il calcio diventa un prodotto — che noi strapaghiamo — di minor valore. Mi chiedo allora — fermo restando il *format* attuale — se non sia il caso di acquisire il prodotto calcio nel suo complesso, ma ciò solo dopo una comunicazione preventiva circa le partite anticipate e posticipate.

Prima di acquistare voglio sapere, già oggi, quali saranno gli anticipi e il posticipo, ad esempio, della ventisettesima, della tredicesima o della nona giornata. Io non acquisto a scatola chiusa. Se vado a teatro, per esempio, voglio conoscere in anticipo il titolo della rappresentazione e quali saranno gli attori: non posso fare un

abbonamento a teatro senza conoscere il programma, mi sembra una cosa assolutamente logica.

Per quanto riguarda l'idea relativa ad un'ulteriore suddivisione del pacchetto calcio — che prevede l'introduzione del cosiddetto *lunch match* alle ore 13 della domenica, contravvenendo così alla tradizione italiana della santa messa e del pranzo domenicale —, mi chiedo, anche da un punto di vista culturale, se ciò possa essere accettato con benevolenza. Non chiedetemi di esprimere un parere anche su questo perché io addirittura sarei favorevole all'ipotesi di far giocare di domenica il maggior numero di partite, fatti salvi i *match* delle squadre già impegnate il martedì in *Champions league*.

Oggi la *Champions league* ha molto meno spessore e suscita minor interesse — a cominciare dal nome — rispetto alla vera e propria Coppa dei campioni di una volta. In Italia partecipano alla *Champions league* addirittura quattro formazioni: due di diritto e altre due vi accedono attraverso una fase eliminatoria. Ciò ha finito per allargare a dismisura il numero di squadre che partecipano alla massima competizione calcistica europea. Ormai vengono indicate formazioni improponibili, poiché il torneo di cui si tratta non è più riservato solamente alle squadre europee vincitrici dei rispettivi campionati.

Penso che questa scelta sia stata fatta esclusivamente per premiare la televisione attraverso la creazione di più eventi televisivi possibili. Il martedì e il mercoledì sono dedicati alla *Champions league* e il giovedì alla Coppa UEFA: meno male che la Coppa delle coppe non esiste più perché, in caso contrario, non so proprio quando si sarebbe potuto giocare.

Certamente le mie considerazioni e i miei giudizi sono parziali; in ogni caso credo che tutta questa offerta si rifletta in maniera negativa sul calcio dilettantistico e giovanile. Non so se voi abbiate mai avuto modo di frequentare i campi di calcio dove si esibiscono i dilettanti; una volta le partite si giocavano alle 8, alle 9 o alle 10,30 (ultimo appuntamento della giornata) perché si dava l'opportunità ai

giovani di recarsi allo stadio alle 14,30. Se si anticiperà alle 13 lo svolgimento di una partita di campionato, mi chiedo che tipo di interesse potranno continuare ad avere i giovani nei confronti del calcio.

Per quanto concerne il nostro contributo relativo all'offerta di calcio dilettantistico, credo che varrebbe la pena svolgere una diversa riflessione. Lo spazio che le reti generaliste concedono agli altri sport (esclusi il calcio, la Formula 1 e il ciclismo) e al calcio dilettantistico è veramente poco. Ciò perché non esiste un giusto ritorno a livello pubblicitario: la spesa non vale l'impresa. Quando siamo stati chiamati a Milano come *broadcaster* della Coppa del mondo di equitazione — una importante manifestazione che gli altri paesi hanno potuto seguire attraverso i nostri mezzi televisivi — abbiamo trovato difficoltà ad inserirla all'interno delle nostre tre reti generaliste. La RAI, infatti, deve comunque fare i conti con gli indici di ascolto, con gli investitori pubblicitari e con il periodo di garanzia. Pertanto, quando alcuni avvenimenti sportivi — non però quello a cui ho fatto appena riferimento — non raggiungono il 4 per cento di ascolto...

GIOVANNI LOLLI. Visto che non lo avete trasmesso, anche il torneo « Sei nazioni » di rugby non ha raggiunto un indice accettabile di ascolto?

FABRIZIO MAFFEI, *Direttore di RAI Sport*. Onorevole, durante la prima edizione di quel torneo, la prima partita dell'Italia trasmessa dalla RAI fu molto seguita perché, tra l'altro, la nostra squadra vinse contro una formazione piuttosto abbordabile sotto l'aspetto agonistico. Pian piano però vi è stata una flessione fino ad arrivare ad un vero e proprio *flop* televisivo.

Quest'anno i diritti sono stati venduti ad una cifra che la RAI, giustamente, ha ritenuto essere al di fuori di ogni logica di mercato. In questo senso, la RAI non è stata adeguatamente difesa dalla Federazione italiana rugby e tutto ciò fa parte di un discorso al quale, se volete, posso

accennarvi. Molto spesso, infatti, la RAI è chiamata dalle federazioni a raccontare un intero anno agonistico, anche se, non di rado, la RAI stessa viene scippata — consentitemi il termine — delle partite che contano da parte di organismi televisivi i quali hanno interesse a trasmettere solamente quelle cinque partite che assegnano lo scudetto. Quindi, le federazioni si vedono rivolte una serie di offerte estremamente vantaggiose che, ovviamente, non possono rifiutare. Ci ritroviamo a dover raccontare un anno di quello sport, ma non l'epilogo, ossia l'assegnazione dello scudetto. Infatti, non possiamo competere sotto l'aspetto economico, non avendo degli spazi televisivi sui quali operare, ma avendo una grande risorsa.

Lei mi ha chiesto cosa potete fare. Questo è il mio invito. Credo che una volta per tutte varrebbe la pena di prendere coscienza del fatto che la RAI dispone di un canale tematico dello sport, in *free* (cioè non a pagamento), che dal 4 gennaio di quest'anno si può ricevere attraverso il digitale terrestre. Quindi, non c'è più bisogno nemmeno della parabola. È un'offerta in più che, con il vostro aiuto, dobbiamo valorizzare, spiegando che il futuro dello sport in RAI è costituito da questo canale tematico, sul quale non deve essere trasmesso solo lo sport di serie B o C, ma anche il grande sport. Infatti, su tale canale abbiamo trasmesso quest'anno alcune gare della coppa del mondo di sci e i campionati di pallacanestro e di pallavolo di serie A, che sono considerati il secondo e il terzo sport in Italia.

Rai Sport ha in progetto di ampliare l'offerta in termini di ore di trasmissione. Oggi ne produciamo otto assolutamente originali, ossia composte di eventi che si vedono per la prima volta, perché sono in diretta o comunque originali registrate, da replicare per tre volte fino alla copertura delle ventiquattro ore. Vorremmo ampliare questa forbice di offerta trasmettendo più ore per dare modo a tutti gli appassionati di poter seguire il loro sport, ma vorremmo trasformare questo canale in un canale tematico generalista. Mi spiego: è chiaro che si tratterebbe di sport,

ma lo sport non è soltanto l'evento e la partita, è anche discussione, dibattito, medicina, recupero, didattica, memoria, filmografia e quiz. Si potrebbe costruire un canale che abbia una connotazione sportiva, ma con un genere di offerta che va dalla ginnastica di risveglio e rieducazione muscolare la mattina, al racconto di determinate grandi imprese dello sport, alla regolamentazione sportiva, all'avviamento allo sport, alla didattica sportiva e al film con un forte contenuto di sport sociale (quanti ne sono stati fatti che appartengono al magazzino della RAI). Perché non creare un palinsesto generalista dello sport, che abbia una durata sicuramente più ampia e nel quale collocare meno trasmissioni in diretta e meno differite, ma programmi che abbiano un valore maggiore, quello di poter avvicinare i ragazzi alla pratica sportiva? Credo che trasmettere una gara di equitazione valga meno che fare un programma per spiegare ai ragazzi quanto può essere importante il rapporto con il cavallo, perché il cavallo serve anche per curare determinate malattie, avviando un dialogo con l'ambiente e gli animali. Questo è solo uno degli esempi.

Inoltre, cerchiamo di insegnare i regolamenti. Credo che molta parte della violenza sia generata dall'ignoranza. Anche in uno stadio di calcio, dove siamo tutti commissari tecnici della nazionale, perché crediamo tutti di essere i più grandi intenditori del mondo, molti giudizi vengono generati proprio dall'ignoranza riguardo al regolamento. In Italia non si insegna il regolamento. Non vedo organi di stampa, televisioni e radio che dedicano spazi al regolamento dei vari sport. Taluni non li possiamo nemmeno apprezzare perché non conosciamo le regole. Ad esempio, il baseball è un gioco quasi sconosciuto in Italia, perché non conosciamo il regolamento. Se lo conoscessimo lo troveremmo sicuramente affascinante.

**PRESIDENTE.** Vorrei chiedere ai colleghi deputati di contenere la durata dei loro interventi.

**ANTONIO RUSCONI.** Soprattutto per quanto riguarda lo sport minore, ritengo che Rai Sport qualcosa faccia. Mi domando se le Federazioni non debbano fare qualcosa di più. In determinati paesi gli orari calcistici dei dilettanti non coincidono in modo assoluto con quelli dei professionisti, in modo da permettere ai dilettanti stessi di andare a vedere le partite dei professionisti, mentre voi dovete fare dell'equilibrio per trasmettere la partita del sabato del campionato interregionale.

A mio parere, si può fare qualche cosa di più anche per lo sport dei disabili, che interessa una fascia sociale molto importante.

Lei ha parlato di sport romantico, al quale siamo tutti affezionati. Penso che sia opportuno, in una sede importante come quella di oggi, ricordare una figura romantica come quella di Nando Martellini, che davvero dava l'idea di una partecipazione diretta e di grande equilibrio e sobrietà anche in avvenimenti eccezionali, cosa che, purtroppo, non sempre accade nelle trasmissioni televisive di oggi.

Mi sembra che lei abbia volutamente dimenticato di rispondere ad una questione sollevata dall'onorevole Lolli, che, a mio parere, è dirimente. In Inghilterra i diritti televisivi criptati non sono diritti soggettivi delle società. Pertanto, ciò che è accaduto la settimana scorsa, ossia che il presidente della Lega il giorno prima trattasse con il Governo per tutelare tutte le società e il giorno dopo firmasse un accordo con Sky come amministratore delegato del Milan, insieme ai dirigenti dell'Inter e della Juventus, di fatto fa cadere le possibilità economiche delle altre società.

Ritengo che su questo aspetto la RAI debba esprimersi. Lo dico per provocazione: se qualcuno presume già fino al 2007 di lottare per lo scudetto, scrivendo una parte delle classifiche dei prossimi anni, occorre essere molto chiari. La prospettiva sarà quella dell'NBA, ossia di un campionato costituito da ventiquattro squadre, senza retrocessioni, con meno

violenze e meno drammi. Il romanticismo di cui parlavamo prima non ci sarebbe assolutamente più.

GIOVANNA BIANCHI CLERICI. Prendo atto con molta soddisfazione che la RAI intende investire molto sul nuovo canale di trasmissione in tecnica digitale terrestre interamente dedicato allo sport. Questa Commissione è reduce da due anni di discussioni, anche accese, per attuare l'ingresso ed il potenziamento di questo nuovo sistema di trasmissione nel paese. Credo che l'idea sia ottima e che le linee guida che lei ha delineato lo siano altrettanto, compresa quella di istruire ai regolamenti dei nuovi sport. Infatti, nessuno è particolarmente esperto dello stesso calcio. Basti pensare a quanto avvenuto domenica scorsa durante la partita tra Milan e Roma. Non appena sono stati lanciati i primi razzi, insieme ad altri oggetti, da un settore della curva, tutti, anche i telecronisti, hanno suggerito il cambio di campo. Abbiamo scoperto, però, che il regolamento in realtà non consente queste misure e l'unica eccezione in tal senso è rappresentata da una decisione di un arbitro, assunta però a suo rischio.

Il fenomeno Sky, ormai affermatosi, ha fatto sì che vengano offerti alle squadre di calcio contributi economici rilevanti. La RAI probabilmente non può permettersi di pagare altrettanto, a mio avviso giustamente, visto che è un servizio pubblico finanziato con il canone dei cittadini ed è soggetto oltretutto ad un contratto di servizio tra lo Stato e la stessa RAI. Credo che la RAI faccia bene a non partecipare ad una gara al rialzo, a tutti i costi e ad ogni condizione come questa. Esistono però altri spazi — come suggerito dal nostro ospite — sui quali la RAI può puntare senza entrare in quella spirale di rilanci. In effetti l'aspetto romantico poc'anzi ricordato, cioè la tradizione italiana delle partite di calcio dilettantistiche, del pranzo in famiglia e poi dell'appuntamento con lo sport, è stata ormai sostituita da altri fenomeni. Si pensi ad esempio ai locali pubblici che offrono la visione delle partite di calcio e che fungono da

ritrovo per le persone. Forse questa tendenza ricorda la RAI dei tempi di Mike Bongiorno, quando la gente usciva di casa per andare nei locali a vedere quei programmi televisivi. Credo sia necessario diversificare l'offerta televisiva, ognuno secondo le proprie specializzazioni.

Vi è un unico appunto che vorrei rivolgere ai telecronisti, anche quelli sportivi. È facile che nel nostro paese si incorra in varie polemiche; credo che una minore caratterizzazione territoriale ed una minore manifestazione del tifo personale sarebbero cosa gradita. Tale fenomeno è rilevato talvolta anche dai giornali, se ne è discusso polemicamente in passato, e ritengo che forse sarebbe auspicabile una maggiore professionalità, anche — ma non solo — dei commentatori della RAI.

PRESIDENTE. Vorrei ricordare all'onorevole Rusconi che perfino quando la televisione trasmetteva ancora in bianco e nero si sapeva — più o meno — quali squadre avrebbero potuto vincere lo scudetto. In realtà questo aspetto ha più a che fare con l'economia del paese che non con la televisione. E si sapeva di una squadra in particolare...

ANTONIO RUSCONI. Mi sembra leggermente tifoso...!

PRESIDENTE. Ma non ho fatto nomi...

Prima di dare nuovamente la parola al dottor Maffei, vorrei unirmi, a nome di tutta la Commissione, nel tributare un ricordo ed un saluto a Nando Martellini. Molti ricordano la sua voce soltanto per quando tre volte ripeté il grido: « Campioni del mondo »; personalmente lo ricordo anche quando, nel 1970, dopo il tiro di Carlos Alberto disse: « E sono quattro... ». Mi sembra più giusto tributargli un saluto ricordando l'intera parabola della sua carriera, che ha accompagnato la nostra storia nazionale sia nelle sconfitte sia nelle vittorie.

Do la parola al dottor Maffei per la replica.

FABRIZIO MAFFEI, *Direttore di RAI Sport*. Mi associo per ricordare Nando

Martellini, il suo stile, la sua sobrietà e la sua signorilità, non soltanto davanti al microfono; qualità, queste, che oggi, non soltanto in radio e in televisione, abbiamo modo di apprezzare sempre meno.

Vorrei iniziare rispondendo al bonario rimprovero indirizzato ai telecronisti dall'onorevole Bianchi Clerici. Mi permetto di difenderli tutti, ed in particolare quelli di RAI Sport, che nei loro giudizi e nel racconto delle loro telecronache credo garantiscano assolutamente equilibrio ed equità. Al riguardo il nostro metro di giudizio è rendere scontenti tutti. E se ciò avviene significa che non sono stati fatti favoritismi nei confronti di qualcuno. Ma la mia è solo una battuta, prendetela come tale. Credo, però, che la professionalità, il rigore, la preparazione e la pignoleria dei colleghi telecronisti garantiscano a tutti la possibilità di godere di uno spettacolo libero da qualunque forzatura e dall'ingerenza del tifo personale. Ognuno di noi ha una passione calcistica, è ovvio, altrimenti non farebbe questo lavoro; e chi sostiene di non esser tifoso, o è un bugiardo o è un ipocrita. L'obiettivo difficile da raggiungere è non lasciar mai trasparire le nostre simpatie. Ma consentitemi di dire che noi ci riusciamo, gli altri talvolta non sempre.

Nel mio intervento iniziale ho affrontato il tema dei diritti cumulativi ed ho auspicato il ritorno ad una loro trattazione globale. Forse qualcuno, quando ha fatto credere alle piccole società che avrebbero ottenuto maggiori introiti discutendo i diritti singolarmente, ha raccontato loro una bugia. E questi sono i risultati! Credo che i diritti televisivi vadano trattati ed acquisiti per un solo anno, ma non per più anni. Uno dei guasti del calcio è stato proprio quello di aver potuto utilizzare, e scontare, promesse di pagamenti per certe cifre e per un determinato numero di anni e ottenere così dei soldi da investire sul mercato per essere competitivi. Dopo un solo anno, però, alcune società avevano già speso tutti i soldi incamerati dal contratto triennale con la televisione!

Concordo poi con le osservazioni dell'onorevole Rusconi sulla questione dei

dilettanti; effettivamente bisognerebbe modificare alcuni orari delle partite. Però credetemi, con la serie C e la serie D abbiamo un eccellente rapporto di collaborazione e riusciamo veramente a seguirle e dare soddisfazione, sia pure attraverso telecronache differite, delle partite di questi campionati. Sono talmente tante le gare che è impensabile trasmetterle tutte. Noi cerchiamo di cogliere il meglio ed offrire al pubblico le partite più interessanti e significative.

Lo sport per disabili, credetemi, è uno degli argomenti che maggiormente ho a cuore. Non a caso nel mio piano editoriale, presentato alla redazione in occasione della mia seconda nomina a direttore di RAI Sport, ho destinato allo sport per disabili un capitolo a parte. Prova di questo mio interesse è la ferma volontà di riportare immediatamente alla luce *SportAbilia*, un appuntamento dedicato allo sport per disabili senza alcun tipo di riferimento pietistico. Le gare dello sport per disabili sono esattamente uguali a tutte le altre e nel commentarle la mia raccomandazione è sempre stata quella di non cadere o rischiare di cadere in giudizi che possano risultare pietistici. Anche perché posso garantirvi che vi sono degli esempi straordinari, anche sotto l'aspetto meramente tecnico, agonistico: alcuni atleti privi di una gamba saltano fino a quote inimmaginabili anche per sportivi normodotati.

Ho prima accennato al canale tematico; preferirei che non fosse più definito Raisat, è una mia deformazione. Debbo ricordare a tutti che non è più Raisat. Al momento si tratta di un augurio e un impegno da parte della direzione di RAI Sport. Ma posso garantire che l'azienda è sensibile su questo fronte e per raggiungere l'obiettivo di una rete generalista dello sport avremo bisogno dell'aiuto di tutti; noi vi stiamo lavorando con impegno.

La RAI nel periodo 2001-2002 ha pagato per i diritti del calcio delle trasmissioni « in chiaro » una cifra di 129 miliardi di vecchie lire. Per il 2003, e per i successivi due anni fino al 2005, ha versato la cifra di 46,5 milioni di euro l'anno, con un



notevole risparmio annuo di 40 miliardi di vecchie lire. È comunque mia opinione che si tratti di una cifra ancora troppo alta; è una richiesta fuori dal mercato, soprattutto se si considera quello che ottiene oggi la RAI nei confronti di competitori che non pagano una lira per realizzare esattamente le nostre stesse trasmissioni! Non siamo garantiti sui diritti! Le televisioni a pagamento realizzano molto più di quanto dovrebbe essere concesso loro! Non è pensabile che alla RAI, che ha acquistato il prodotto calcio, sia imposto di trasmettere *Novantesimo minuto* alle ore 18,10 senza poterlo anticipare, mentre su Sky venga proposta alle 17 una trasmissione analoga a *Novantesimo minuto* che svilisce il nostro programma. Perché allora devo pagare quella cifra? Perché dobbiamo pagare quelle cifre per trasmettere un programma costretto a subire la concorrenza di Mediaset, che manda in onda esattamente il medesimo tipo di prodotto con la differenza, però, di non sopportare alcun pagamento?

Alla luce di ciò, vi chiedo: fino a che punto la RAI — erogatrice, ovviamente, di servizio pubblico — deve continuare a sottostare, mi sia consentito dirlo, ad una sorta di piccolo ricatto? Rammento che è la RAI ad erogare un servizio anche per gli italiani all'estero, è ancora la RAI a trasmettere, sui canali di *RAI international*, un programma straordinario, *La giostra del gol*. Sono pertanto dei servizi importantissimi che questa azienda svolge. Ciò che non comprendo è il motivo per il quale, sul territorio italiano, dobbiamo continuare a pagare una cifra così elevata per poter trasmettere niente altro che alcune partite di seconda e terza fascia, il cui numero, peraltro, potrebbe addirittura diminuire l'anno venturo. Ma questo, chiaramente, potremmo scoprirlo soltanto dopo aver acquisito il prodotto. Cerchiamo, allora, di discuterne in anticipo, di stabilire regole certe e garantire soprattutto a chi acquista la possibilità di sfruttare veramente il diritto acquisito.

PRESIDENTE. Ringraziamo il dottor Maffei per il suo chiaro ed utile intervento

e auspichiamo buon esito al progetto RAI, ispirato ad un principio, a mio parere, encomiabile. Si tratta, senza dubbio, di un'iniziativa importante, che apprezziamo molto per le sue ricadute in termini di pluralismo informativo. In attesa di capire se il digitale terrestre aumenterà o meno il pluralismo informativo e politico, abbiamo perlomeno appreso che crescerà quello sportivo e quindi culturale.

Passiamo ora ad audire i rappresentanti di Mediaset, cui porgiamo il nostro benvenuto. Sono presenti in questa sede il dottor Andrea Ambrogetti, direttore della Direzione relazioni istituzionali Italia del gruppo Mediaset, e il dottor Giorgio Giovetti, direttore della Direzione vendita diritti della RTI.

Come loro sapranno, al centro dell'audizione odierna si pone la questione dei diritti televisivi e, più generalmente, del rapporto tra *media* e mondo del calcio, materia su cui apprezzeremmo conoscere la posizione di Mediaset. Cedo, pertanto, la parola al dottor Ambrogetti affinché ci fornisca le opportune considerazioni al riguardo.

ANDREA AMBROGETTI, *Direttore della Direzione relazioni istituzionali Italia del gruppo Mediaset*. Signor presidente, mi limiterò ad introdurre molto sinteticamente l'oggetto dell'audizione odierna, che però sarà illustrata più specificamente dal dottor Giovetti, esperto e competente in materia.

Il ruolo di Mediaset, in relazione al calcio italiano in particolare (notoriamente colpito, nei diversi aspetti economici e industriali, da crisi) risulta in realtà piuttosto marginale, considerato che il nostro intervento si è limitato all'acquisizione di diritti in chiaro, soprattutto per fasce di seconda serata (con la trasmissione *Controcampo*). Quindi, a differenza della RAI — a cui compete erogare il servizio pubblico —, ci dedichiamo soprattutto a svolgere attività di approfondimento e di cronaca.

È comunque possibile svolgere alcune riflessioni, anche in considerazione del parallelo che si può tracciare tra il caso

delle partite di calcio italiano e quello delle partite di *Champions league* (con particolare riferimento ai *clubs* che si qualificano e quindi alla metodologia di trattazione dei diritti che, in *Champions*, è diversa rispetto a quella stabilita dalla Lega italiana). Potremmo forse aggiungere qualche riflessione rispetto al tema dei possibili ricavi aggiuntivi nel sistema calcistico — soprattutto nel rapporto con i *media* —, anche in confronto ad altre esperienze internazionali (rispetto alle quali il calcio italiano presenta ancora ritardi).

Dopo questa rapida rassegna, mi sia consentito, dunque, cedere la parola al dottor Giovetti, affinché possa entrare specificamente nel merito del problema.

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Riassumerò brevemente alla Commissione il rapporto intercorso tra Mediaset e la Lega nazionale calcio negli ultimi anni. In primo luogo, la Lega ha provveduto a stabilire una serie di « pacchetti », poi collocati sul mercato, divisi tra esclusivi e non esclusivi. I primi sono distinti in fasce orarie. La prima fascia, che ha acquistato la RAI, corrisponde a quella occupata, per fare un esempio concreto, dal programma *Quelli che il calcio*, estesa fino alle ore 18, nella quale non è possibile mandare in onda immagini delle partite, ma esclusivamente commenti in diretta dagli spalti. Il pacchetto principale è però quello che consente la trasmissione di *highlights* delle partite, coprendo, cioè, la fascia più pregiata e che storicamente la RAI, da quando la televisione esiste, utilizza per trasmettere le competizioni calcistiche. Vi è, infine, un'altra fascia oraria (dalle 20,30 alle 22,30) che è stata incorporata in quella delle 18. Rappresenta ancora una fascia esclusiva, ad eccezione dei diritti di cronaca per i telegiornali che si riassumono nella mandata in onda — successivamente alle 20,30 — dei gol segnati durante la giornata. Dopo questa fascia, protetta dall'esclusiva, ne esiste un'altra — non più esclusiva —, dalle 22,30 in poi, che Mediaset storicamente acquista dalla Lega

nazionale professionisti, ad una cifra molto elevata rispetto all'utilizzo reale delle immagini (più di 300 milioni delle vecchie lire a puntata), sebbene queste ultime vengano poi riutilizzate anche nel corso della settimana per i nostri notiziari.

Quanto alle nostre valutazioni in merito al sistema esistente, abbiamo sempre pensato che il servizio pubblico fosse sicuramente legato alla trasmissione per primo, in chiaro, degli *highlights* delle partite. È evidente che la presenza crescente delle *pay TV* abbia creato — soprattutto a livello mentale — una sorta di allarme per il prodotto RAI. In realtà, esaminando bene i dati di ascolto, soprattutto con la conduzione di quest'anno, la RAI supera spesso di molto il 33 per cento di ascolto, limite oltre il quale è tenuta a riconoscere un *bonus* a puntata alla Lega.

Alla luce di quanto ho evidenziato, potrei affermare che in realtà il calcio è fruibile da chiunque, in *free* e con ottimi risultati di ascolto. Quanto al programma trasmesso da Mediaset oltre le 22,30, dopo *pay*, dopo *free*, dopo RAI, dopo Sky, abbiamo puntato molto su un *talk show* più parlato che fondato sull'uso di immagini. Questo è il nostro modo di utilizzare il prodotto calcio in Italia.

Per quanto riguarda l'estero, acquistiamo da oltre dieci anni i diritti della *Champions league*, prodotto che noi riteniamo adatto per una televisione commerciale, allontanandosi molto dalle caratteristiche di quelli offerti da un servizio pubblico, come dimostra il fatto che, anche quest'anno, stiamo trasmettendo partite di basso interesse per la mancanza di squadre italiane. Tanti hanno in mente la stagione passata in cui Milan, Inter e Juventus sono approdate in semifinale e, addirittura, due squadre italiane hanno raggiunto la finale. Da quando abbiamo acquistato i diritti, una volta la Lazio è arrivata ai quarti di finale, per ben due volte nessuna squadra italiana ha raggiunto i quarti di finale, mentre l'anno scorso tre squadre italiane sono andate in semifinale, di cui due successivamente hanno raggiunto la finale.

Con ciò intendevo sottolineare che quello in oggetto è un prodotto che, a volte, strapaghiamo tenendo conto del fatto che quest'anno, ad esempio, nessuna squadra italiana è riuscita ad approdare ai quarti di finale.

ANTONIO RUSCONI. Il Milan è stato eliminato nei quarti di finale.

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. È vero, mi scusi.

PRESIDENTE. Mi scusi, direttore, quanto pagate per acquisire i diritti televisivi relativi alla *Champions league*?

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Circa 30 milioni di euro all'anno per tredici partite giocate il mercoledì e dodici partite giocate da squadre non italiane il martedì, compresi gli *highlights* di tutti i *match*.

PRESIDENTE. Do ora la parola ai colleghi che intendano formulare quesiti ed osservazioni.

GIOVANNA BIANCHI CLERICI. Forse ho compreso male, ma ho alcune perplessità, anche rispetto a ciò che precedentemente ci ha riferito il dottor Maffei. Egli, a conclusione del suo intervento, si lamentava del forte costo che la RAI deve sostenere per poter acquistare i diritti in chiaro. Inoltre, il direttore ha fatto presente che la RAI è costretta a trasmettere *Novantesimo minuto* alle 18,10 a causa del forte limite costituito dal famoso pacchetto esclusivo di cui lei ci ha parlato poco fa. Inoltre, il gruppo Mediaset, secondo quanto riferito dal dottor Maffei, non paga per trasmissioni quali *Controcampo*, che fa concorrenza a *La Domenica sportiva*. Vorrei capire meglio i termini della questione perché forse — lo ripeto — ho frainteso le parole del direttore Fabrizio Maffei.

Inoltre, vorrei sapere se sia vero che *Controcampo* è la trasmissione più vista al nord e *La Domenica sportiva* il programma più seguito al centro-sud. Tra

l'altro, come ho già sottolineato in precedenza, penso che le telecronache dei commentatori sportivi siano connotate da una forte appartenenza territoriale.

Infine, vi chiedo se sia vostra intenzione dedicare un canale — trasmesso in tecnica digitale terrestre, approvata e potenziata dalla legge Gasparri — al calcio o allo sport in generale.

GIOVANNI LOLLI. Anch'io sono un po' incuriosito dalla difformità che caratterizza le informazioni fin qui ricevute.

In particolare, vorrei sapere perché la RAI non ha mai partecipato all'acquisizione dei diritti relativi alla *Champions league*: è una cosa che, francamente, non riesco a spiegarmi. Adesso sarà interessante sentire anche l'opinione dei rappresentanti di Sky. In ogni caso, sia la RAI sia voi finora avete sostenuto di pagare dei prodotti sopra il loro prezzo di mercato. Perché lo fate?

Inoltre, secondo voi i *new media* hanno bisogno di una disciplina separata, oppure bisognerà ripensare ad una normativa generale che tenga conto anche di queste nuove tecnologie?

Infine, pensate sia preferibile la vendita soggettiva dei diritti televisivi, o ritenete sia più utile per tutto il sistema tornare alla vendita collettiva?

PRESIDENTE. Do nuovamente la parola ai nostri ospiti per le repliche.

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Innanzitutto, non è assolutamente vero che noi non paghiamo i diritti relativi a *Controcampo*, i quali ammontano a più di 4 milioni di euro all'anno, esattamente la stessa cifra pagata dalla RAI per i diritti non esclusivi relativi a *La Domenica sportiva*.

PRESIDENTE. La RAI, quindi, paga 40 milioni di euro per l'insieme delle fasce esclusive?

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Esatto.

PRESIDENTE. Ovviamente, i 4 milioni di euro a cui lei si riferisce fanno parte di quell'insieme?

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Penso di sì.

ANDREA AMBROGETTI, *Direttore della Direzione relazioni istituzionali Italia del gruppo Mediaset*. La RAI ha ritenuto per sua scelta di acquisire tutto il pacchetto, che ha pagato 40 milioni di euro, mentre noi abbiamo acquistato una fascia non in esclusiva a 4 milioni di euro.

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. La RAI, quindi, paga per questa fascia 4 milioni di euro, tanto quanto la paghiamo noi.

Il prodotto principe è, sicuramente, *Novantesimo minuto* che vale l'80 per cento dell'intero pacchetto. La RAI, inoltre, ha acquistato per quattro anni un prodotto a 12 miliardi e mezzo senza utilizzarne i diritti, ma questi non sono affari nostri.

Per quanto riguarda gli ascolti, noi registriamo indici più alti al nord, mentre *La Domenica sportiva* è più seguita al centro-sud. A questo non so dare una spiegazione perché noi non rivolgiamo più attenzione nei confronti delle squadre nel nord, anche se quest'anno vi è stata una certa contrapposizione tra queste ultime e la Roma. In ogni caso, per quanto riguarda gli ospiti, ad esempio, noi cerchiamo di coprire l'intero territorio nazionale.

Riguardo al digitale terrestre, una delle opportunità da sfruttare in futuro è rappresentata da un canale tematico relativo allo sport; bisognerà solamente decidere che spazio attribuirgli e come organizzarne il palinsesto.

La *Champions league* ha un brand fortissimo, un po' come la Formula 1 che viene strapagata perché ha un *appeal* di un certo tipo. Non è vero che la RAI non si sia interessata al prodotto *Champions league*, mentre è vero che quest'ultima ha un *budget* per quanto riguarda i diritti spor-

tivi che — penso — sfiora i 450 milioni di euro. Inoltre, quest'anno la RAI è costretta a pagare diritti per gli europei, le Olimpiadi e la Formula 1.

Oggi abbiamo due prodotti, il campionato del mondo di motociclismo e la *Champions league*, che trasmettiamo in diretta. Il resto si tratta di rubriche e non abbiamo diritti, salvo qualcuno riguardo alla Coppa UEFA, che acquistiamo di volta in volta. Sicuramente teniamo alla *Champions league* perché caratterizza la nostra rete. Tuttavia si tratta di un prodotto in cui non vi è la certezza che ci sia una squadra italiana fino alla fine. Di conseguenza il rischio che ci accoliamo è molto alto.

PRESIDENTE. Nell'ipotesi migliore in cui vi siano tre squadre italiane, rientrate delle spese?

GIORGIO GIOVETTI, *Direttore della Direzione vendita diritti della RTI*. Mai, neanche in quel caso. La *Champions league*, come costo orario di trasmissione, costituisce il prodotto più caro di Mediaset. Ciò avviene sia oggi, che abbiamo ritrattato a prezzi migliori, sia in passato, perché il contratto precedente era peggiore. Forse abbiamo sfiorato di rientrare nella spesa a partita, valorizzando la finale come la prima partita, nella finale Milan-Juventus. Infatti, il contratto precedente era veramente oneroso.

Per quanto riguarda i *new media*, questo termine da un lato mi affascina, ma dall'altro mi inquieta, nel senso che dieci anni fa non avrei mai pensato che saremmo arrivati a vedere un gol in diretta su un telefonino dopo dieci secondi che era stato fatto. Quando si pensava di fare l'anticipo e il posticipo sembrava già di vivere nel futuro. È chiaro che le cose si stanno evolvendo in modo molto rapido.

La bolla di Internet, che è esplosa qualche anno fa, adesso sta seguendo un corso più logico, con la banda larga e con tutto ciò che ne consegue. La mia teoria, di cui discutevo prima con il dottor Ambrogetti, è la seguente: sicuramente le squadre a un certo punto, dopo avere

ottenuto i diritti soggettivi, erano in piena bolla speculativa di Internet e hanno pensato che, se dalla *pay* potevano ottenere tanti soldi, da Internet potevano avere dieci volte tanto. Quello è stato l'inizio della fine, perché da quel momento hanno iniziato a strapagare i giocatori che non valevano quelle cifre. Qui stiamo parlando di tante questioni, come il problema di allargare i ricavi, ma la realtà è che ci sono squadre che hanno giocatori che non valgono niente e che sono strapagati o che addirittura non giocano.

Per quanto riguarda Internet, in futuro ci potrà essere un grosso sviluppo, soprattutto per la banda larga, tenendo conto del fatto che, se si riesce ad ottenere un sistema di pagamento *pay per view* in *broad band* in tutto il mondo, una persona che si trova a Honolulu può guardare la partita del Milan in diretta. Questo fenomeno sicuramente potrà avere degli sviluppi di un certo tipo.

Per quanto riguarda la telefonia, sinceramente sono abituato a vedere la partita alla televisione oppure allo stadio e non potrei vederla su un telefonino perché mi verrebbe il mal di testa.

ANDREA AMBROGETTI, *Direttore della Direzione relazioni istituzionali Italia del gruppo Mediaset*. L'onorevole Lolli aveva sollevato una questione che ritengo costituisca il centro del problema, ossia se vendere i diritti soggettivamente oppure collettivamente. Ci sono alcune riflessioni da fare, perché è sbagliato sostenere che ci siano ricette assolute che vadano bene in ogni caso. Sulla base della nostra esperienza, rivendichiamo che sia assolutamente corretta e indispensabile la vendita dei diritti collettivi per il chiaro fatto fino ad ora. In tal caso, la Lega è il soggetto che garantisce che per tutti vi sia la visibilità, anche differenziando il prodotto.

L'esperienza della *Champions league* ci fa ritenere che un modello diverso di vendita dei diritti sarebbe sicuramente perdente. Il sistema sarebbe come quello della Coppa delle coppe oppure della Coppa UEFA, in cui si è dimostrato che si deprezzano le vendite. Oggi la *Champions*

*league* è il marchio che è diventato anche perché c'è una forte centralizzazione di questi diritti.

D'altra parte, però, bisogna stare attenti, perché l'esasperata centralizzazione dei diritti ha prodotto delle storture. È il caso, ad esempio, degli europei di calcio, delle finali di Coppa UEFA, delle Olimpiadi o degli stessi mondiali di calcio, che oggi sono appaltati in esclusiva ad una società, che in qualche modo blinda l'accesso ancora prima di potere entrare (a rovescio rispetto alla RAI). Le partite vengono vendute direttamente al consorzio delle televisioni europee e noi non abbiamo materialmente la possibilità di concorrere, pur avendo la disponibilità economica. Quindi, le sfumature sono diverse ed è difficile indicare la migliore ricetta possibile.

Possiamo sottoporre alla Commissione una riflessione che in qualche modo ci coinvolge, fermo restando che non è nostro mestiere indicare la ricetta per il calcio, che costituisce un problema commerciale e industriale molto diverso: uno schema importante sul quale lavorare è quello dei ricavi aggiuntivi.

Lei ha citato il problema dei *new media*, sulla cui ipotesi di regolamentazione andrei cauto, perché tutti devono ancora capire come funzioneranno. Rischiamo di mettere le gabbie a realtà che ancora, tutto sommato, conosciamo poco. La prima sperimentazione del digitale terrestre è stata effettuata proprio con la trasmissione *Controcampo*, che ha dato dei risultati molto importanti, perché è una delle materie che più si prestano a queste forme di intrattenimento.

Ci sono almeno due filoni sui quali il mondo del calcio nel rapporto con i *media* potrebbe incrementare in modo significativo le proprie entrate: uno è costituito sicuramente dalla vendita collettiva dei diritti internazionali. Il *brand* del campionato di calcio italiano è un *brand* mondiale assoluto e sicuramente più forte, per il valore tecnico che ha, della stessa *Premier league*, della *Bundesliga* o della Lega spagnola, ed è quello che ha venduto peggio nel mondo. Ciò perché insieme alla

soggettivizzazione dei diritti nazionali si è effettuata anche quella internazionale. Quindi, si passa attraverso le mani di ottanta mediatori diversi, che deprezzano in modo spaventoso il prodotto. Una vendita importante del prodotto a livello internazionale significherebbe risorse aggiuntive che non vanno a finire nelle solite casse delle televisioni o della mutualità, ma risorse fresche che vengono dall'estero.

Un altro aspetto sul quale i *media* e i soggetti del calcio potrebbero sinceramente ragionare sono i nuovi sfruttamenti sulla televisione nazionale. Faccio un esempio su tutti. Fino ad alcuni anni fa *Quelli che il calcio* non esisteva ed eravamo abituati a *Tutto il calcio minuto per minuto*. Oggi è diventato un prodotto importantissimo di rappresentazione del calcio, che frutta degli introiti importanti. Proveremo il prossimo anno, in termini sperimentali, a compiere una sorta di *reality fiction* sul mondo del calcio a livello dilettantistico, che anche in termini di indagine credo interessi la Commissione, perché coinvolge il tentativo di riportare determinati valori nell'ambito del gioco del calcio.

Quindi, ci sono tante facce e tanti modi (senza arrivare alle follie delle telecamere dentro gli spogliatoi, nella bocca dell'arbitro o dentro la panchina degli allenatori) attraverso i quali il calcio, essendo un prodotto forte, può ancora avere dei ricavi importanti senza aumentare esponenzialmente le stesse cose.

Concludo rispondendo alla domanda dell'onorevole Lolli sulle ragioni per cui paghiamo certe cifre. In realtà il calcio è un prodotto di cui non si può fare a meno. Potreste chiedere alla RAI perché paga, per le partite della nazionale di calcio, circa 9 miliardi di vecchie lire a partita. E questo avviene anche quando si tratta di gare ad esempio con il Turkmenistan, che certo non garantiscono risultati significativi. Si tratta di una delle storture di questo settore; il calcio, sapendo che la televisione non può farne a meno, ha innestato un circolo vizioso, con gli esiti che tutti conosciamo.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti del gruppo Mediaset per il loro contributo.

Do ora la parola al dottor Tullio Camiglieri, direttore della comunicazione di Sky Italia, qui accompagnato dal dottor Alfredo Borgia, responsabile dei rapporti con il Parlamento.

TULLIO CAMIGLIERI, *Direttore della comunicazione di Sky Italia*. Signor presidente, se lei acconsente, preferiremmo ascoltare subito le domande degli onorevoli.

PRESIDENTE. Sta bene.

GIOVANNI LOLLI. Dottor Camiglieri, affronto subito il tema centrale, rappresentato dalle disposizioni della legge n. 78 del 1999, in particolare in materia di diritti televisivi. Da un rapido esame delle notizie apparse sui giornali, sembrerebbe che voi abbiate rinnovato il contratto per il periodo 2005-2007 con tre società di calcio, per un importo complessivo che si aggira sui 230 milioni di euro. Dalle dichiarazioni di rappresentanti della sua azienda emerge però che la vostra strategia non prevede di aumentare il *budget* complessivamente a disposizione per questo settore. Se così fosse, considerando il *budget* precedente e la spesa per le tre società suddette, residuerebbero circa 150 milioni di euro a disposizione di tutte le altre società.

Tralasciando i possibili squilibri che ciò comporterebbe nel settore, mi chiedo quali siano le conseguenze sulla vostra strategia. Verso quale prospettiva vi state muovendo? In realtà state contribuendo a determinare un effetto inevitabile, cioè che tre società acquisiscano un tale vantaggio economico su tutte le altre che, fatalmente, solo loro potranno vincere il campionato italiano. Ma così l'intero prodotto — che voi comunque acquistate — tenderà inesorabilmente a deprezzarsi. Mi chiedo quale sia allora la vostra strategia di fronte ad un tale differenziale tra le società, persino superiore a quello deducibile dalle cifre. Queste società infatti si stanno ponendo in

condizione di vantaggio non solo perché acquisiscono quei fondi, ma anche perché lo fanno prima di tutte le altre.

L'articolo 2 della legge n. 78 del 1999 prevedeva, al fine di evitare posizioni dominanti nel mercato televisivo, il divieto di acquisire più del 60 per cento dei diritti di trasmissione esclusiva del campionato di calcio di serie A. Risulta che tale regola abbia funzionato oppure ritenete che vi si debbano apportare delle modifiche? Personalmente ritengo che una possibile modifica a quella normativa debba riguardare la vendita di diritti collettivi.

So che lamentate spesso il problema della pirateria; a tal riguardo la suddetta legge disponeva il ricorso al *decoder* unico. A vostro avviso tale misura incide sul problema della pirateria oppure, se così non avviene, quali soluzioni alternative suggerite?

Come si può mantenere l'equilibrio tra la giusta esigenza di tutelare il valore dei diritti di immagini che voi acquistate (ma che poi spesso altri utilizzano) e l'esigenza della diffusione di queste immagini? Mi riferisco in modo particolare all'uso che ne fanno le emittenti locali.

ANTONIO RUSCONI. Anzitutto vorrei complimentarmi per il vostro coraggio di trasmettere in prima serata trasmissioni sullo sport per disabili: personalmente lo apprezzo molto. Non credo che si sia trattato di una scelta di mercato, ma piuttosto dell'intenzione di attribuire un diverso rilievo culturale a questo fenomeno.

Mi associo alle dichiarazioni dell'onorevole Lolli sui fondi a disposizione delle altre società dopo l'accordo raggiunto per la cessione dei diritti di Juventus, Milan e Inter. Siamo tutti consapevoli che i problemi maggiori non li avranno squadre di un certo livello come Roma e Lazio, bensì società come Lecce e Chievo. Tra l'altro, in questo settore lo scorso anno è stata evitata una condizione di monopolio; ignoro come ciò possa ripetersi in futuro, dal momento che i diritti delle società più importanti sono già stati acquisiti da Sky.

La vostra azienda ha già preannunciato quali sono le tre società che considera fondamentali fino al 2007. Abbiamo visto che però non sempre ciò corrisponde alla realtà: proprio ieri sera una delle società più indebitate, il Monaco, ha eliminato dalla *Champions league* una delle società più ricche, il Chelsea di Abramovic. Non considerate forse preferibile ricorrere ad una formula tipo quella americana della NBA, senza retrocessioni e quindi con 20 squadre che siano di riferimento per gli ambiti territoriali più importanti, come ad esempio i 20 capoluoghi? È forse una provocazione, ma il professionismo ed il *business* in generale necessitano di scelte importanti.

GIOVANNA BIANCHI CLERICI. Sempre sul tema della vendita di diritti, vorrei conoscere la vostra opinione su una possibile modifica normativa, magari ricorrendo alla vendita collettiva dei diritti o al sistema britannico di cui si è parlato recentemente. Vorrei inoltre sapere quale rilevanza abbia il calcio nel vostro palinsesto e nel vostro *budget*.

Se non erro il tipo di abbonamento che offrite è differenziabile, può cioè essere acquisito per le partite o per squadra. Ritenete che questa formula sia soddisfacente? Inoltre vorrei sapere se si tratta della vostra principale fonte di entrate e che distribuzione territoriale esiste nella vendita degli abbonamenti.

Infine vorrei ulteriori chiarimenti sul sistema dei canali dedicati alle squadre di calcio (*Milan Channel*, *Inter Channel* e *Roma Channel*). Vi risultano dei dati su un eventuale successo di tali canali?

PRESIDENTE. Non essendovi altri interventi, do immediatamente la parola al dottor Camiglieri per la replica.

TULLIO CAMIGLIERI, *Direttore della comunicazione di Sky Italia*. Ringrazio la Commissione per l'occasione che ci è stata offerta. Partirò rapidamente dalle ultime domande che sono state sollevate, per poi risalire alle altre.

Per quanto riguarda il rapporto tra i canali delle squadre e Sky, i primi (chiamati canali « opzionali ») sono assolutamente indipendenti dalla piattaforma (alcuni di questi sono prodotti da altre società, come RAI *trade*). Senza dubbio, il calcio rappresenta un elemento importante della nostra offerta; devo anche sottolineare, con nostra grande soddisfazione, che, in ogni caso, negli ultimi mesi si è assistito ad un notevole incremento del cinema, tra i prodotti che offriamo. Siamo sostanzialmente arrivati a un punto per cui il peso del cinema, rispetto alle opzioni degli abbonati, è divenuto equivalente a quello del calcio, dimostrando una tendenziale espansione della platea dei nostri abbonati. Si tratta di un risultato estremamente importante per l'azienda: basti pensare che, quando la *pay TV* è nata, il calcio rappresentava la ragione fondamentale della sottoscrizione di un abbonamento con Telepiù o Stream.

Quanto alla penetrazione sul mercato del prodotto offerto, la ritengo equivalente a quella di tutti i prodotti nel nostro paese. Naturalmente, essa è maggiore nel centronord e minore nel sud; ritengo, comunque, che quanto avviene nello specifico settore non si discosti da ciò che accade anche negli altri del mercato.

Passando alle regole sulla vendita dei diritti collettivi o soggettivi, preferirei non rispondere, non per mancanza di opinioni personali, ma perché, così facendo, ritengo di poter interpretare correttamente la posizione dell'azienda, la quale ritiene che tali regole debbano essere dettate dall'autorità competente, dalla Lega. Non compete a Sky stabilire quale possa essere la formula migliore di vendita dei diritti. Probabilmente, vi sono esperienze negative o positive in entrambi i casi. Comunque, come sottolineava l'onorevole Lolli, ritengo che, qualora si dovesse tornare ad una negoziazione collettiva dei diritti, bisognerebbe rivedere buona parte della legislazione di questo paese (la legge del « 60 e 40 », la normativa sul *decoder* unico).

Prima di proseguire, in ogni caso, desidererei ringraziare il presidente per aver apprezzato lo sforzo che abbiamo com-

piuto e compiamo relativamente allo sport per i disabili: si tratta di un'iniziativa che risponde alla nostra volontà di raggiungere una parte di utenza sostanzialmente non servita dalla televisione.

Vorrei, a questo punto, prendere spunto da una serie di osservazioni formulate dall'onorevole Lolli, a partire dalla pirateria, un problema importante, legato a quello della tutela dei diritti. Costatiamo, peraltro, un'assenza di attenzione al problema della tutela dei diritti che ci preoccupa particolarmente. In tal senso, citerò un esempio esplicativo: per le partite di *Champions league* esistono delle regole molto precise, in base a cui solo coloro che abbiano acquisito i diritti sono autorizzati ad entrare allo stadio con le telecamere per riprendere il campo di gioco e la competizione sportiva che vi si svolge. Ai soggetti che invece ne siano privi è preclusa l'autorizzazione. L'uso delle telecamere sarà ammesso solo successivamente per svolgere un'intervista a partita conclusa. Se proponessimo un sistema del genere in Italia, scoppierebbe la rivoluzione. Abbiamo tentato di farlo, giustificando la possibile introduzione di tali soluzioni con l'esigenza di tutelare l'intera filiera dei diritti ed i ricavi connessi al loro utilizzo, ma la risposta è stata negativa. Alcuni giorni fa, con alcuni colleghi inglesi, ci siamo recati allo stadio Olimpico per assistere ad una partita, e in quell'occasione abbiamo potuto contare un numero altissimo di telecamere (ben 16) a riprendere la partita in corso. Quanto avviene determina, così, uno svilimento del valore dei diritti e un'inflazione ai danni del prodotto offerto.

Le soluzioni adottate possono essere molteplici. In base al sistema adottato dalla NBA in America, chi ha acquisito i diritti può permettersi di riprendere l'evento sportivo; in ogni caso, sarà sempre possibile accedere alle immagini acquistandole (dalla UEFA, nel caso della Coppa dei Campioni). Introdurre un meccanismo analogo in Italia evidentemente significherebbe aumentare anche il giro dei ricavi (e la negoziazione spetterebbe direttamente alla Lega); invece, questo aspetto della



tutela dei diritti non viene assolutamente preso in considerazione. Da parte nostra, riteniamo essenziale tutelare sia gli investitori sia, naturalmente, i ricavi ottenuti.

A questo punto si inserisce la questione della pirateria. Spesso noi segnaliamo all'autorità di controllo, l'Agicom, alcuni episodi relativi ad immagini mandate in onda — in certe regioni di questo paese — senza diritto e legittimazione alcuni; tuttavia, il controllo è spesso soggetto ad una serie di limitazioni, posto che la stessa autorità manca di risorse sul territorio, per operare in modo efficace e contestare alle emittenti le violazioni commesse. Identico problema si pone anche nel caso delle radio: a fronte di alcune, che hanno acquisito in modo legittimo i diritti per la trasmissione radiofonica di eventi sportivi, ve ne sono molte altre operanti nell'illegalità.

Ritengo, pertanto, importante — in questo settore — un vero intervento del legislatore, anche per mettere a disposizione dell'autorità giudiziaria — che in questi casi interviene o dovrebbe intervenire —, necessarie linee guida di comportamento, relativamente a fattispecie di questo tipo.

Per quanto riguarda la legge del « 60 e 40 » e la normativa sul *decoder* unico, ritengo si tratti di disposizioni piuttosto collegate e nate in un momento molto diverso da quello attuale, in cui esistevano due piattaforme e il mercato viveva un'altra fase. Tale situazione, del resto, arrecava pregiudizio a Telepiù e Stream, come ha riconosciuto la stessa Autorità antitrust europea, la quale autorizzò la fusione dei due soggetti proprio a seguito della riscontrata perdita economica subita dalle aziende precedenti, e di fronte al fatto che l'unica alternativa fosse la chiusura delle *pay TV* in questo paese. Per quanto riguarda il *decoder* unico, siamo molto preoccupati. Come è noto, abbiamo annunciato che cesseremo entro la fine di quest'anno di trasmettere nel sistema di codifica SECA, che utilizzava Telepiù, sostituendo, a nostre spese, un milione e 400 mila *decoder*; affronteremo, inoltre, un investimento di 150 milioni di euro, porteremo tutti gli utenti italiani su una

tecnologia che riteniamo più seria, la NDS israeliana, che in tutto il mondo ha dato prova di resistenza. Tuttavia, si porrebbe un problema serio se nel nostro paese, in futuro, operasse un qualunque altro operatore e decidesse di trasmettere in un qualunque altro sistema di trasmissione: non avremmo, infatti, la possibilità di opporci a questo, e saremmo perciò costretti a rendere disponibile la nostra offerta attraverso la tecnologia del nuovo operatore.

Il problema del *decoder* unico diventa quindi molto complesso e ci espone in maniera forte e pesante alla pirateria. Potrei citare un esempio molto banale. Esistono operatori italiani che, trasmettendo attualmente dalla Spagna prodotti per adulti, pornografici, usano un sistema d'accesso « piratato ». Quindi, abbiamo una serie di operatori che potrebbero, teoricamente, chiedere l'applicazione del *decoder* unico e, in virtù di questo, esporre la nostra azienda alla pirateria. Questo è un altro tema su cui potrebbe intervenire il legislatore, sostanzialmente per prendere atto del fatto che con il passare degli anni è cambiato lo scenario in cui la *pay-tv* è chiamata ad operare.

Per quanto riguarda la domanda posta dall'onorevole Lolli, innanzitutto debbo dire che le cifre riportate dai giornali, per larga parte, sono totalmente fantasiose; le uniche cifre rispondenti al vero sono quelle relative alla Juventus. Si tratta di cifre da « spacchettare » poiché non riguardano l'acquisizione dei diritti televisivi ma una vecchia sponsorizzazione che Telepiù aveva acquisito e che, quindi, Sky si ritrova in virtù della fusione.

Noi vogliamo che i contratti vengano rinnovati e contemplino le stesse cifre degli altri anni. Inoltre, chiediamo una maggiore tutela e, allo stesso tempo, ci teniamo a far capire alle squadre che noi non rappresentiamo la controparte ma un *partner*: o si cresce o si muore insieme.

Al legislatore chiediamo una serie di strumenti minimi che ci permettano di lavorare con maggiore tranquillità e sicurezza; infatti, noi intendiamo dare a tutte

le squadre la possibilità di operare e di lavorare nell'ambito del proprio campionato.

È evidente che i valori in campo non possono essere gli stessi: lo scorso anno, ad esempio, abbiamo avuto dei battibecchi con alcuni presidenti di squadre minori le quali, secondo noi, possedevano scarsa penetrazione di mercato. In ogni caso, non è possibile comparare la Juventus con una squadra di bassa classifica perché, dal mio punto di vista, debbo tener conto dei ricavi che queste due squadre mi fanno ottenere. Se le regole mi impongono di negoziare con ciascuna squadra, io lo faccio tenendo conto, naturalmente, dei rispettivi potenziali rappresentati, ad esempio, dal numero degli abbonati; in sostanza bisogna

tener conto di un elemento fondamentale dato dalla forza di penetrazione sul mercato della squadra.

**PRESIDENTE.** Ringrazio il dottor Camiglieri per il suo intervento e dichiaro conclusa l'audizione.

**La seduta termina alle 16,15.**

*IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI  
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE*

**DOTT. FABRIZIO FABRIZI**

*Licenziato per la stampa  
il 3 giugno 2004.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

