

Indagine conoscitiva sull'impatto della digitalizzazione e dell'innovazione tecnologica sui settori di competenza della VII Commissione

Grazie Presidente e grazie agli Onorevoli membri di questa Commissione,

il tema di cui parliamo oggi è cruciale nell'epoca presente, in cui il futuro va definendosi, giorno dopo giorno, all'insegna della cosiddetta transizione digitale: la Rai ne è coinvolta in prima linea ed essendo la sua – la nostra – missione finalizzata alla crescita culturale del Paese, questa non può e non deve disgiungersi dal contesto tecnologico e mediale di riferimento.

Il lavoro nella dimensione digitale è consuetudine e, infatti, nei processi produttivi e trasmissivi, Rai offre un prodotto già digitalizzato, canali di diffusione crossmediali e Teche digitali.

Il Servizio Pubblico detiene la memoria storica delle immagini del nostro Paese e accoglie su di sé l'onere e l'onore di conservare e diffondere l'immenso patrimonio audiovisivo raccolto negli archivi delle Teche, vere e proprie miniere di materiali trasmessi e spesso mai sfruttati. Rai detiene in pellicola circa un milione di bobine e l'obiettivo primario è proprio quello di preservarle rispetto all'usura del tempo e salvarle da un progressivo deterioramento chimico dei supporti, non già musealizzandole ma rendendole vive e fruibili per gli utenti, anche attraverso una successiva valorizzazione editoriale. Per questo, nel triennio 2023-2025, l'azienda sosterrà forti investimenti in impianti, tecnici, personale specializzato e sviluppo di nuove tecnologie, secondo una massiva operazione aziendale che vede coinvolta una vasta serie di attori e che prevede di far diventare Torino una vera e propria cittadella della digitalizzazione, quindi, centro di divulgazione e conservazione del materiale digitalizzato a livello nazionale.

Non vi sarà mai un futuro della Rai sganciato dalla spinta digitale crossmediale, sia per quanto concerne nuovi linguaggi e formati, che per quanto riguarda l'informazione, la quale implica, nella sua dimensione deontologica, anche il contrasto alle cosiddette *fake news*. Rai si impegna ad investire sulla qualità e ciò sarà possibile unicamente sposando le dinamiche comunicative del nostro tempo per uno sforzo che è insieme tecnico, economico e soprattutto culturale e che guarda al futuro, in fedele coerenza agli obiettivi del Servizio Pubblico stesso.

Proseguendo sulla via dell'innovazione, intendiamo rafforzare la missione culturale di Rai nel mondo digitale, consolidando sempre più un passaggio chiave – ormai già da tempo in atto e definito nel Contratto di Servizio in via di approvazione – ovvero l'evoluzione da broadcaster tradizionale a digital media company: questo al fine di affrontare la progressiva obsolescenza dei *players* tradizionali e di assecondare la volontà di mantenersi soggetto attivo nell'organizzazione delle nuove semantiche narrative, con un'offerta editoriale e commerciale crossmediale, capace di raggiungere ogni pubblico, in ogni luogo e in ogni momento, senza più limitarsi alla sola distribuzione lineare.

Il futuro del Servizio Pubblico passa da qui.

In tale contesto sarà, allora, sempre più ineludibile l'impiego dell'Intelligenza Artificiale? Forse, ma – seppur nella piena consapevolezza delle indubbie opportunità che essa apre – occorre riflettere anche sulle regole da porre a tutela dell'uomo, nonché sulle criticità emergenti, legate alla privacy, alla trasformazione del mercato del lavoro e al rischio di una progressiva riduzione di scelte e controllo, derivate da cui la Rai, in virtù della sua vocazione primaria, dovrà ben guardarsi. Il vero pericolo dell'Intelligenza Artificiale non è la sua malvagità ma la sua competenza, presagiva Stephen Hawking, e per questo deve rimanere appannaggio della sensibilità umana, valorizzando e non dissolvendo la centralità dell'*intelligenza naturale*, per un progetto innovativo che sia a beneficio

degli utenti e, nel caso specifico, faccia risaltare il ruolo positivo di Rai nella realtà mediale governata dal motto “AnyTime, AnyWhere, AnyDevice”.

Mi preme poi evidenziare come Rai accolga su di sé una missione fortemente plurale: da un lato la narrazione dell'identità nazionale e la promozione dei nostri valori culturali e sociali, e dall'altro il coinvolgimento in quanto motore dell'industria audiovisiva. Rai Cinema ha investito complessivamente 240 milioni di euro e nell'ultimo triennio ha coinvolto circa 330 registi e quasi 200 partner produttivi. Nell'anno in corso, ad esempio, la Rai ha stanziato circa 185 milioni di euro nella produzione di fiction televisiva (nel 2020 erano 190 milioni e 160 nel 2021). Cifre distanti da quelle attualmente a disposizione di altri importanti broadcaster di Servizio Pubblico come, per esempio, l'inglese BBC (£376 milioni), la francese France Télévisions (300 milioni di euro) o la tedesca ZDF (400 milioni di euro). La fiction della Rai è anche un motore di crescita e valorizzazione delle varie professioni, nonché attore di successo anche nei mercati internazionali.

Il Servizio Pubblico rappresenta, inoltre, un riferimento vitale anche per la documentaristica, che costituisce a livello globale un genere strategico per le reti lineari, offrendo al cittadino narrazioni organiche e autorevoli che suggeriscono valide coordinate culturali e valoriali. Nel 2023, Rai Documentari è riuscita a incrementare ulteriormente la produzione: ben 68 titoli, sia singoli che seriali, 57 le società di produzione con cui ha collaborato e un budget complessivo investito di oltre 6.600.000 euro.

Dalla Rai e dalle risorse pubbliche dipende l'intera filiera industriale nazionale ed è allora cruciale che, per il futuro, la Rai continui ad essere il punto di equilibrio di un'industria cresciuta ma molto più complessa rispetto al passato, restando protagonista assoluta del sistema produttivo da cui nascono tutte le economie di sfruttamento della filiera dell'audiovisivo che, tra le criticità, registra anche un notevole incremento dei costi a partire dal 2020, come anche una scarsità di tecnici e maestranze, problematica che potrebbe divenire vera e propria emergenza, specie in previsione di una possibile espansione del mercato.

L'intervento di Rai nel settore audiovisivo non ha però ricadute solo in termini industriali, ma anche culturali e identitarie: cinema e fiction sono, infatti, le forme d'arte che meglio sanno restituirci l'immagine della realtà in cui viviamo e le trasformazioni della società contemporanea, raccontare la memoria storica e l'identità nazionale, veicolando significati profondi e suscitando riflessione e dibattito. Attraverso il cinema e la fiction – e oggi anche con i documentari – la Rai ha raccontato l'Italia e lo ha fatto diversificando i linguaggi e sviluppando un'offerta eterogenea rivolta alle varie tipologie di pubblico. Non dimentichiamo poi che il Servizio Pubblico è anche l'immagine dell'Italia nel mondo e racconta ciò che noi siamo a noi stessi e agli altri. Per questo, nel nuovo Contratto di Servizio in corso di approvazione, è stato inserito un passaggio specifico dedicato al Made in Italy, come anche al patrimonio naturalistico, alla cultura dell'impresa, del lavoro italiano e di quella istituzionale.

Nel 1970 il linguista Giacomo Devoto affermò che *“fra 30 anni l'Italia sarà non come l'avranno fatta i governi, ma come l'avrà fatta la televisione”*. Qualsiasi riflessione o valutazione sul finanziamento pubblico alla Rai dovrebbe, allora, basarsi sul concepire il Servizio Pubblico non come un gravame inutile ma come un fondamentale pilastro per la creazione di un patrimonio comune di valori e contenuti. Investire nella Rai con risorse stabili e certe non significa solo difenderla ma anche rafforzare l'intera industria culturale italiana e quindi credere nella cultura della nostra Nazione.

I traguardi citati e le ricadute sia economiche che culturali sono stati finora possibili attingendo a risorse pubbliche nettamente inferiori a quelle degli altri Paesi europei ritenuti forti produttori, quindi Francia, Germania, Regno Unito, e attraverso le innegabili doti di creatività, innovazione, professionalità e bellezza che da sempre caratterizzano il nostro DNA. Siamo non a caso la Nazione che ha vinto più Oscar per il Miglior Film Straniero ed è cruciale che continuiamo ad esserci le risorse



adeguate per proseguire una narrazione pluralista degna della nostra storia e dell'alta reputazione che abbiamo su scala internazionale.