

**COMMISSIONE VII
CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE**

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

1.

SEDUTA DI MARTEDÌ 29 NOVEMBRE 2022

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **FEDERICO MOLLICONE**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Barachini Alberto, <i>Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria</i>	2, 13
Mollicone Federico, <i>Presidente</i>	2	Boschi Maria Elena (A-IV-RE)	10
Audizione del Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria, Alberto Barachini, sulle linee programmatiche dell'attività di Governo in questo settore (ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del Regolamento della Camera dei deputati):		Dalla Chiesa Rita (FI-PPE)	9
Mollicone Federico, <i>Presidente</i>	2, 7, 16	Di Maggio Grazia (FDI)	12
Amorese Alessandro (FDI)	12	Latini Giorgia (LEGA)	11
		Manzi Irene (PD-IDP)	11
		Orrico Anna Laura (M5S)	10
		Piccolotti Elisabetta (AVS)	8

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Fratelli d'Italia: FdI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: Lega; MoVimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Italia Viva - Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con L'Italia, Coraggio Italia, UDC e Italia al Centro) - MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-+Europa: Misto-+E.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
FEDERICO MOLLICONE

La seduta comincia alle 13

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Buongiorno a tutti. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata, oltre che con la redazione del resoconto stenografico, anche attraverso la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

Audizione del Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria, Alberto Barachini, sulle linee programmatiche dell'attività di Governo in questo settore.

PRESIDENTE. Siamo qui convocati per l'audizione del Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria, Alberto Barachini, sulle linee programmatiche dell'attività di Governo in questo settore. Ricordo che i deputati possono partecipare all'audizione in videoconferenza, secondo le modalità stabilite dalla Giunta per il Regolamento.

Ringrazio il Sottosegretario Barachini per avere accolto con particolare sollecitudine l'invito a riferire sulle linee programmatiche in materia di editoria, anche perché spesso pochi si ricordano che la Commissione VII se ne occupa per ambito istituzionale. Quindi avvieremo e seguiremo il tema con molta attenzione, visto che lo consideriamo un contesto strategico a livello nazionale.

Ricordo poi che nel dibattito successivo alla relazione iniziale del Ministro ciascun gruppo potrà intervenire per 5 minuti e i

gruppi potranno – se lo desiderano – dividere il tempo di questo intervento iniziale tra due o più oratori. La parola sarà data, come di consueto, secondo la consistenza numerica dei gruppi, a partire dai gruppi meno numerosi. Avranno quindi facoltà di parlare, nell'ordine: Alleanza Verdi e Sinistra; Noi Moderati; Misto; Azione-Italia Viva; Forza Italia; Movimento 5 Stelle; Lega; Partito democratico; Fratelli d'Italia.

Seguirà, a conclusione del dibattito, la replica del Sottosegretario con eventuali integrazioni scritte qualora i colleghi lo dovessero richiedere. Prego coloro che intendano intervenire di comunicarlo alla presidenza entro il termine della relazione del Sottosegretario.

Do la parola al Sottosegretario Barachini per l'illustrazione delle linee guida. Prego.

ALBERTO BARACHINI, *Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria*. Grazie presidente. Gentile presidente, gentili onorevoli, vi ringrazio per l'opportunità di potere esprimere fin da subito le prime considerazioni relativamente alla delega che mi è stata attribuita dal Presidente del Consiglio. Mi preme, infatti, sottolineare quanto sia fondamentale il ruolo del Parlamento, il contributo che tutti voi date e darete all'attività del Governo. Mi scuso per la lunghezza del mio intervento, ma ovviamente essendo il mio primo intervento cercherò di dare tutti gli elementi utili a una prima visione dell'articolazione delle funzionalità del Dipartimento. Artolerò il mio intervento di oggi in tre parti. Dopo una breve premessa sulle funzioni svolte dal Dipartimento vi illustrerò le azioni più rilevanti avviate nel corso degli ultimi anni dalle competenti strutture. Infine, avrò il piacere di concludere la mia esposizione illustrandovi quelli che saranno i

prossimi interventi che ho intenzione di avviare nel breve periodo.

Come è ben noto a tutti voi, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria è la struttura di supporto al Presidente del Consiglio dei ministri che coordina le attività di comunicazione istituzionale, promuove le politiche di sostegno all'editoria e ai prodotti editoriali, e opera per la tutela del diritto d'autore.

In particolare, il Dipartimento svolge compiti in materia di comunicazione istituzionale, pubblicità, documentazione istituzionale e informazione — anche attraverso la stipula di convenzioni con le agenzie di stampa e informazione e con il concessionario del servizio pubblico radiotelevisivo — comunicazione diretta al pubblico sulle attività del Governo, concessione dei premi alla cultura, politiche di sostegno all'editoria, diritto d'autore e contrasto alla pirateria digitale e multimediale, vigilanza sulla Società italiana autori ed editori (SIAE) d'intesa con le altre amministrazioni competenti.

Per quanto riguarda le attività del Dipartimento non possiamo non rilevare che negli ultimi anni, la pandemia prima, e gli effetti della guerra dopo, hanno inciso negativamente sul settore editoriale nel suo complesso, causando una forte riduzione dei ricavi e un calo dei lettori. Infatti è in atto, su scala mondiale, una forte tendenza alla diminuzione degli abbonamenti e delle vendite singole di pubblicazioni stampate, nonché una diminuzione dei proventi pubblicitari. Ciò ha provocato l'aumento del già elevato costo unitario dei prodotti stampati, che spesso gli editori riescono a compensare, soltanto in parte, con l'aumento dei prezzi. Al contempo, gli organi di informazione sono alla ricerca di nuovi modelli commerciali. È una situazione che ovviamente non interessa solo l'Italia. Anche su scala mondiale, infatti, sono ampiamente note le crescenti difficoltà finanziarie per l'editoria giornalistica. Si stima che tra il 2010 e il 2020 l'editoria quotidiana e periodica in Italia abbia perso complessivamente 2,4 miliardi di euro di ricavi, passando da un fatturato totale di 4,4 miliardi di euro a 2 miliardi di euro. La diminu-

zione dei ricavi ha riguardato sia i proventi editoriali sia gli introiti pubblicitari.

In Italia l'approccio seguito durante la pandemia è stato vario e articolato su misure che hanno riguardato l'intera filiera editoriale, dalle imprese editrici alla catena della distribuzione, fino ai rivenditori di giornali, ultimo anello della filiera. In alcuni casi sono state introdotte nuove misure, in altri si è agito con misure strutturali, rimodulandole o intervenendo, ad esempio, sui requisiti di ammissione, o incrementando gli stanziamenti destinati alle agevolazioni. Tali interventi, realizzati a valere sulle risorse del fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, istituito dalla legge delega n. 198 del 2016, sono stati confermati per il 2021 e, in alcuni casi, anche per l'anno 2022.

Sul fronte della contribuzione diretta, in occasione dell'emergenza sanitaria, ad esempio, sono state adottate misure di carattere straordinario che hanno previsto, da un lato, la temporanea semplificazione di alcuni requisiti per l'accesso ai finanziamenti (riduzione delle percentuali minime di venduto richieste, possibilità di differire il pagamento dei costi di produzione della testata); dall'altro, la salvaguardia del livello di contributo da erogare a ciascuna impresa, stabilito in un importo non inferiore a quello liquidato alle imprese editrici per l'annualità 2019, ovvero prima della pandemia. Le risorse destinate ai contributi diretti per l'anno 2021 ammontano complessivamente a circa 90 milioni di euro. Il sostegno pubblico alla filiera editoriale si è articolato poi in una serie di misure indirette. Si tratta di interventi caratterizzati da una maggiore eterogeneità e adattabilità, in relazione a specifiche, contingenti crisi di mercato rispetto alla contribuzione diretta.

Tra le misure di carattere congiunturali, ascrivibili alla contribuzione indiretta, è da menzionare il credito di imposta per l'acquisto sulla carta. Misura di carattere storico del sistema editoriale, che era stata abbandonata, e che è stata rifinanziata dapprima con uno stanziamento di 30 milioni di euro per ciascuno degli anni 2020 e 2021 e, successivamente, in concomitanza con la crisi economica dovuta alla pandemia e poi con la crisi

energetica legata alla situazione politica internazionale, prorogata per il biennio 2022/2023, con un aumento della misura pari a 60 milioni annui e della percentuale di credito riconosciuto ai beneficiari. La stessa Commissione europea si è pronunciata recentemente (il 17 novembre scorso) con una decisione favorevole alla compatibilità della misura con le disposizioni normative europee sugli aiuti di Stato. Sarà quindi possibile per le imprese editrici di quotidiani e periodici accedere, anche nel 2023, a tale credito.

Altro settore sul quale si è intervenuti è quello pubblicitario, che in una fase di crisi è solitamente uno dei primi a essere sacrificato. In questo ambito è stato ridisegnato e incrementato il credito di imposta sugli investimenti pubblicitari, prevedendone una rideterminazione del 50 per cento del valore complessivo degli investimenti effettuati in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali, analogiche o digitali, non partecipate dallo Stato. La medesima rideterminazione è stata prevista anche per gli anni 2021 e 2022 con uno stanziamento annuo pari a 90 milioni di euro.

Nel corso dell'anno 2021 è stato inoltre istituito un credito di imposta a favore delle imprese editrici per la distribuzione delle testate editte, volto a garantire la sostenibilità e capillarità della diffusione della stampa in particolare nei piccoli Comuni e in quelli con un solo punto vendita di giornali, in cui la distribuzione è più costosa, e quindi economicamente meno remunerativa per le imprese editrici. Si consente, in tal modo, l'accesso all'informazione anche da parte di persone che vivono in zone remote e rurali, dove la connettività e la copertura di banda larga spesso non sono sufficienti. Il credito di imposta è riconosciuto nella misura del 30 per cento delle spese di distribuzione e trasporto sostenute nell'anno 2020, a fronte di uno stanziamento complessivo di 60 milioni di euro.

Proseguendo nella filiera editoriale è stato istituito il *bonus una tantum* edicole, vale a dire un contributo per l'attività di rivendita di giornali e riviste finalizzato a supportare le edicole alle quali è stata consentita l'aper-

tura durante il *lockdown*, anche in relazione alla loro riconosciuta funzione di servizio essenziale a garanzia dell'accesso all'informazione. Tale misura è stata poi ulteriormente rifinanziata per l'anno 2022, a valore sul fondo straordinario per gli interventi di sostegno all'editoria, istituito dalla legge di bilancio 2022. L'agevolazione prevede un *bonus una tantum* per le edicole fino a 2.000 euro per la trasformazione digitale e l'ammmodernamento tecnologico, con un finanziamento complessivo di 15 milioni di euro. Il contributo risponde all'esigenza emersa, da parte degli operatori del settore, di salvaguardare la rete di distribuzione e vendita incentivando la riapertura dei punti vendita e scongiurando la chiusura di quelli esistenti, attraverso la creazione di *network* che offrano, oltre alla stampa, anche altri prodotti e servizi, nonché incentivi all'informatizzazione e meccanizzazione dei processi.

Nell'ambito delle misure di carattere indiretto, poste in essere a sostegno dei rivenditori di giornali, rientra anche il credito di imposta per l'edicola. Misura che è stata più volte modificata e rafforzata sia mediante l'innalzamento del limite massimo individuale di credito, pari a 4.000 euro, per gli anni 2021 e 2022, sia attraverso l'ampliamento delle spese ammesse all'agevolazione. La copertura finanziaria di tale misura ammonta a 15 milioni di euro per ciascun anno.

Tutte le misure messe in campo fin qui illustrate convergono in sinergia con le imprese nell'affrontare un fallimento del mercato, o una crisi del mercato che mette a rischio la capacità del comparto di continuare a sviluppare le proprie attività e di adattarsi agli sviluppi del mercato stesso. Considerazione, quest'ultima, condivisa anche dalla Commissione europea in sede di autorizzazione delle diverse misure agevolative alla stessa notificate.

È un fatto che, al forte calo della domanda interna sulle vendite, si sono aggiunti per gli editori gli effetti dell'intensa evoluzione tecnologica nel settore dell'informazione, che ha modificato le abitudini dei lettori, e imposto alle imprese editrici nuovi modelli commerciali digitali. Per tale ragione è stato introdotto, tra le misure

agevolative a favore delle imprese editrici, il credito di imposta per l'acquisizione di servizi connessi alle testate edite in formato digitale (servizi di server, *hosting*, manutenzione evolutiva per le testate edite in formato digitale, *information technology* di gestione della connettività), misura che è stata prorogata anche per gli anni 2021 e 2022, con un innalzamento dello stanziamento dagli iniziali 8 milioni di euro a 10 milioni di euro annui.

Partendo dalla considerazione che il diritto dei cittadini a essere informati, a potere effettuare le proprie valutazioni attraverso un'informazione attendibile e di qualità vada coltivato già nella fase di formazione educativa dell'individuo, una particolare attenzione è stata posta nei confronti delle scuole e dell'integrazione dell'attività didattica mediante la lettura critica di quotidiani e periodici. Con la legge di bilancio 2020 sono stati riconosciuti i contributi a favore delle istituzioni scolastiche statali e paritarie, e degli studenti, per l'acquisto di abbonamenti a quotidiani, periodici, riviste scientifiche e di settore per un importo totale fino a 20 milioni di euro annui. Purtroppo, soprattutto a causa della pandemia, vi è stata una scarsa adesione all'iniziativa, che ha determinato una rimodulazione delle risorse disponibili. La mia intenzione, però, è quella di rilanciare il programma attraverso un'azione coordinata con il Ministero dell'istruzione e del merito già avviata.

Nell'ambito degli interventi che perseguono obiettivi trasversali, aperti anche agli enti del terzo settore, sono state promosse poi dal Dipartimento diverse iniziative per finanziare i progetti editoriali volti a favorire la diffusione delle informazioni multimediali e delle tecnologie digitali, l'inserimento di nuove professionalità nel mondo del lavoro, con attenzione particolare ai giovani e all'autoimprenditorialità delle donne e il contrasto al fenomeno delle *fake news*, con particolare riguardo al settore della salute. A tali bandi è stato destinato uno stanziamento complessivo di 1,5 milioni di euro. Proprio sul tema della disinformazione ho recentemente partecipato a un incontro organizzato dalla Presidenza tedesca del G7, nell'ambito del *media ministers' meeting*, in-

tendendo proseguire su questa linea, come parte attiva e di coordinamento degli interventi del settore, in stretta interlocuzione con la rete diplomatica.

Per quanto riguarda, invece, la comunicazione istituzionale, fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria il Dipartimento ha esercitato un ruolo fondamentale diretto prima a fronteggiare la pandemia e successivamente ad accompagnare la progressiva ripresa delle attività economiche e sociali. La direzione intrapresa è stata confermata da riconoscimenti internazionali. Nel corso dell'ultimo biennio, tra le iniziative più rilevanti realizzate, figura la campagna di comunicazione dedicata all'accompagnamento del piano vaccinale in coordinamento con il Ministero della salute. Peraltro, proprio con il Ministero della salute, sono già in corso nuove iniziative anche per quanto riguarda sia il vaccino per il Covid, sia il vaccino antinfluenzale.

Anche l'adozione del PNRR è stata un'ulteriore occasione per mettere in atto un progetto unitario di comunicazione destinato ad accompagnare l'avvio delle misure previste dal piano, e a portare a conoscenza dei cittadini il grande sforzo che il Paese, nel suo insieme, sistema pubblico e mondo delle imprese, sta sostenendo per la sua attuazione.

Parallelamente, nel corso del 2022, l'azione di comunicazione istituzionale ha riguardato temi emergenziali che il Paese si è trovato a fronteggiare (la siccità determinatasi nell'estate del 2022 e l'emergenza energetica). Sono state realizzate specifiche campagne di comunicazione ideate con uno stile concreto, improntato all'essenzialità e all'immediatezza del messaggio, diffuse in Tv, radio e *social media*. Complessivamente, nel 2021, sono state realizzate diciannove campagne di comunicazione a cui si aggiungono le diciassette campagne del 2022.

Pochi giorni fa, come vi riferirò anche più avanti, abbiamo avviato con il Ministro per lo sport e per i giovani, Andrea Abodi, una collaborazione per una campagna di sensibilizzazione alla guida sicura che coinvolga anche le associazioni delle vittime della strada.

Quanto alle agenzie di stampa, il precedente Governo, nel disporre la proroga al

31 dicembre 2022 della durata dei contratti con le stesse, ha istituito un'apposita Commissione con il compito di individuare le modalità idonee a garantire la pluralità delle fonti nell'acquisizione dei servizi di informazione primaria per le pubbliche amministrazioni dello Stato. È mia intenzione riprendere i lavori della Commissione per assumere rapidamente – come vi dirò più avanti – una decisione in materia.

A livello europeo, per quanto riguarda l'*European Media Freedom Act (EMFA)*, il 16 settembre scorso la Commissione europea ha pubblicato la proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro comune per i servizi *media* nel mercato interno (*EMFA – European Media Freedom Act*). È stato avviato un tavolo di coordinamento per acquisire le osservazioni di tutte le altre amministrazioni coinvolte. Il fine dichiarato dall'EMFA è la salvaguardia del pluralismo e l'indipendenza dei *media* del mercato interno dell'Unione europea. La proposta complessiva tocca più ambiti settoriali diversi, tra i quali la stampa con impatto diverso a seconda dei settori, e più di un aspetto da approfondire rispetto al fine della tutela della libertà di stampa e del pluralismo dell'informazione. La discussione durante i lavori del gruppo audiovisivo del Consiglio è stata piuttosto vivace, proprio oggi nel corso del Consiglio cultura sarà presentato un *progress report*.

Il mio lavoro proseguirà lungo due linee direttrici. Da un lato, le prossime azioni saranno incentrate a implementare e a portare a compimento l'attività amministrativa e gestionale necessaria per l'attuazione delle misure agevolative previste per l'anno 2023 (credito di imposta per l'acquisto della carta, credito di imposta per gli investimenti pubblicitari incrementali). Dall'altro, si procederà all'attivazione delle misure introdotte e finanziate a valere sul nuovo fondo straordinario per gli interventi di sostegno all'editoria di recente istituzione, che hanno come obiettivi la digitalizzazione dell'informazione e la transizione digitale, l'ingresso dei giovani professionisti qualificati nel campo dei nuovi *media* e la stabilità dell'occupazione. Come, del resto, seguendo le indicazioni che saranno

contenute anche nella prossima manovra finanziaria.

Si è pervenuti, il 28 settembre scorso, all'adozione del DPCM che ha ripartito le risorse del fondo straordinario per il 2022 con una dotazione finanziaria complessiva di 90 milioni di euro. Per il 2023 è prevista una dotazione finanziaria di 140 milioni di euro, per la quale andranno effettuate le opportune scelte allocative. Il DPCM relativo al 2022 è stato pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* il 16 novembre scorso e da quel momento il Dipartimento è impegnato nell'adozione del provvedimento che disciplinerà le modalità di fruizione e i profili applicativi per la concessione dei benefici previsti. Naturalmente saranno coinvolte, e sono già coinvolte, sia le amministrazioni interessate, sia le associazioni di categoria rappresentative della filiera editoriale che stiamo incontrando in questi giorni. Tra le misure individuate nel decreto, a cui si dovrà dare attuazione, figura oltre al *bonus* per le edicole, di cui ho già parlato, un contributo in favore delle imprese editrici dei giornali e periodici per ogni copia cartacea venduta, nel limite di uno stanziamento pari a 28 milioni di euro. Il fondo destina, inoltre, risorse complessive pari a 12 milioni di euro ai datori di lavoro nel settore delle imprese editoriali di quotidiani e periodici, anche di nuova costituzione, delle agenzie di stampa e delle emittenti televisive e radiofoniche locali mediante l'assegnazione di un contributo forfettario di 8.000 euro, per ogni assunzione con contratto di lavoro a tempo indeterminato perfezionatosi nel corso dell'anno 2022 di giovani giornalisti e professionisti con competenze digitali, entro il limite massimo di 3 milioni di euro, nonché il contributo forfettario, nella misura di 12.000 euro, per la trasformazione, sempre nel corso dell'anno 2022, di un contratto giornalistico a tempo determinato o di collaborazione coordinata e continuativa in un contratto a tempo indeterminato, entro il limite massimo di 9 milioni di euro.

Allo scopo di supportare il processo di innovazione delle imprese editrici e la trasformazione dei *media* tradizionali in digitali, sono stati inoltre destinati 35 milioni di euro per l'erogazione di contributi de-

stinati agli investimenti orientati all'innovazione tecnologica e alla transizione digitale, e finalizzati al miglioramento della qualità dei contenuti e della loro fruizione da parte dell'utenza, nel settore dell'editoria radiofonica e televisiva, nelle imprese editoriali di quotidiani e periodici e delle agenzie di stampa.

Quanto, invece, alle campagne di comunicazione, sin dal mio insediamento ho avviato una stretta interlocuzione con il Ministro per lo sport e i giovani sul tema della sicurezza stradale e con le associazioni di riferimento. Nel prossimo anno, oltre all'attività ordinaria di ideazione e realizzazione delle campagne, avvieremo la predisposizione del piano di comunicazione, nonché l'aggiornamento delle linee guida del 2018, privilegiando un approccio innovativo e di indirizzo per realizzare una comunicazione istituzionale che sia basata sull'analisi dei dati, coordinata, focalizzata sulle priorità e che metta a sistema le diverse risorse disponibili o attivabili mediante ricorso a *partnership* con tutti gli interlocutori pubblici e privati disponibili. È mia intenzione assicurare un forte coordinamento tra le diverse campagne istituzionali, seguendo un approccio unitario e potenziando la diffusione della comunicazione sui canali digitali e *social*, soprattutto per quelle rivolte ai più giovani.

Tornando al tema delle agenzie di stampa, ritengo doveroso aprire un dialogo con gli *stakeholders*, concedendo una breve proroga per gli affidamenti in essere. Questo, infatti, ci consentirà, anche alla luce dei lavori della citata commissione che riprenderò quanto prima, di avviare una nuova riflessione. Pensate, infatti, che gli esiti dell'ultima gara risalgono al lontano 2017, in un contesto di mercato, e quindi anche di esigenze, totalmente diversi. È mia intenzione arrivare a una soluzione equilibrata e organica che contemperi le esigenze del pluralismo, quelle di concorrenza (poste dal codice degli appalti) e, soprattutto, la garanzia di stabilità economica delle agenzie stesse. Ritengo anche fondamentale supportare il settore dell'editoria attraverso una visione innovativa di sviluppo.

Mi impegno, oltre che a proseguire con le misure di sostegno tradizionale, ad avviare altresì politiche di innovazione e trasformazione nel settore editoriale che tengano conto di quelle aziende che si ispirano a modelli gestionali di impresa efficienti. In particolare, la strada da intraprendere sul doveroso finanziamento pubblico all'informazione e all'editoria si deve sostanziare, a mio avviso, su due principali direttrici: da una parte la difesa del pluralismo informativo e del patrimonio culturale, attraverso un sostegno alle realtà che collaborino al recupero dell'affidabilità, della credibilità, della reputazione del settore editoriale-giornalistico, anche sul fronte digitale, contrastando le *fake news* e le azioni di disinformazione e di *doping* delle notizie con intenti scandalistici; dall'altra, il contributo allo sviluppo del settore, implementando quelle misure di sostegno economico che contribuiscano effettivamente allo sviluppo dello stesso e siano finalizzate e connesse a un reale progresso dei soggetti beneficiati, in modo da aiutarli a difendersi e, soprattutto, a prosperare nell'attuale assetto di mercato. Su tale tema mi rendo disponibile, fin da subito, a un confronto preventivo con il Parlamento e con questa Commissione.

Infine ritengo importante seguire con attenzione i lavori dell'EMFA per puntare a ottenere un testo finale che, nel rispetto dei principi generali pienamente condivisibili espressi, sia funzionale alla sopravvivenza e sviluppo dell'ecosistema dell'informazione del nostro Paese, già caratterizzato da un sistema di sostegno all'editoria, finalizzato a garantire libertà di espressione, trasparenza e pluralismo dell'informazione. A tal fine, per la definizione della posizione italiana oltre l'esito dei lavori del tavolo di coordinamento, avvieremo anche qui un'interlocuzione con i principali *stakeholders* coinvolti. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie Sottosegretario Barachini per le linee di indirizzo, anche molto approfondite. La ringrazio a nome della Commissione cultura della Camera, sia per la sollecitudine, sia per il livello di approfondimento.

Il nostro continuo impegno per il settore andrà tradotto in atti concreti e il Parlamento sicuramente farà la sua parte anche rispetto a questa sua disponibilità sulla consultazione degli *stakeholders* principali, come abbiamo già fatto in legge di bilancio, dove il Governo ha deciso di integrare risorse per l'editoria per 75 milioni di euro nel 2023 e di 55 milioni di euro a decorrere dal 2024. Sono questi atti concreti che sicuramente dovremo portare avanti con il credito di imposta – che lei ha citato – per la carta e per la distribuzione, e con la forfettizzazione delle rese dei giornali.

L'Italia è penultima nell'Unione europea per risorse dirette *pro capite* impiegate a favore dell'editoria. Per questo crediamo che il suo impegno a favore di tutto il settore sia un impegno importante. Un primato infelice che impone a noi legislatori la necessità di un cambio di paradigma proprio verso un patto con l'informazione, e anche un diverso utilizzo delle campagne di comunicazione istituzionale, a cui lei ha fatto anche riferimento.

La scorsa legislatura ha perso l'occasione della riforma generale dell'impalcatura pubblica dell'editoria, a cui appunto ha accennato, ma è di fatto una crisi strutturale generata proprio dalla profonda trasformazione tecnologica di mercato, di cui la transizione digitale è l'aspetto più evidente. Per questo la Commissione ha iniziato un ciclo di audizioni con i responsabili PNRR dei Ministeri per valutare le revisioni in termini di attuazione e di *governance*. Una risposta che noi riteniamo importante potrebbe essere appunto una revisione del PNRR per includere in linea di intervento anche, in maniera esplicita, il settore editoriale, che oggi è citato soltanto in due righe e mezzo, come transizione digitale a fronte del caro energia e del caro materiali.

Infine, colgo l'accento della chiusura della sua relazione, proprio rispetto al recepimento del *Media Freedom Act*, che vuole fornire una risposta univoca dell'Unione europea alla tutela giornalistica e delle fonti. Crediamo che il corretto recepimento dell'atto sarà un tema rilevante anche del Parlamento, su cui lavoreremo insieme tra-

sversalmente, come già fatto su DSA (*Digital services act*) e DMA (*Digital markets act*), proprio per l'interesse nazionale.

Sulla stessa linea vigileremo ovviamente sul regolamento Agcom e sull'applicazione della Direttiva *copyright* a cui abbiamo lavorato a lungo.

Va infine rimodulata l'imposta sui servizi digitali evitando di colpire soggetti nazionali, crediamo, in vista dell'applicazione della *global minimum tax*, e va creato un sistema normativo più chiaro per l'antipirateria editoriale, su cui questa Commissione, congiuntamente con la Commissione Trasporti, sta già lavorando.

Importante sarà anche la sensibilizzazione sull'acquisto del cartaceo, con una grande campagna istituzionale. Un'idea che promuovemmo già nella XVIII legislatura, ad esempio, è quella di permettere l'acquisto di pagine istituzionali su giornali durante lo svolgimento delle consultazioni elettorali, evitando la lesione della *par condicio*.

Infine, un'informazione più reale e sostenuta solidamente dallo Stato è un presupposto primario per la democrazia, come appunto ci ricorda il dettato costituzionale dell'articolo 21.

Con questo passo la parola ai colleghi che si sono già prenotati. Onorevole Piccolotti di Alleanza Verdi e Sinistra, prego.

ELISABETTA PICCOLOTTI. Grazie presidente e grazie al Sottosegretario per la sua relazione, che ha appunto affrontato molti dei temi di cui questa Commissione dovrà occuparsi.

Vorrei portare la sua attenzione su un problema che è drammatico dal punto di vista democratico e che vede l'Italia in una posizione quanto meno umiliante e preoccupante. Lo dico perché nella classifica sulla libertà di stampa l'Italia è passata dall'essere al quarantunesimo posto (una posizione già molto bassa nel 2021) al cinquantottesimo posto nel 2022. Peggio di noi fanno solo la Grecia, l'Albania, pochi Paesi europei. E in generale l'Italia, rispetto alla libertà dell'informazione, risulta essere la peggiore tra i Paesi dell'Europa occidentale. Questo accade perché in questo Paese la concentrazione editoriale in poche mani

è sempre più evidente. Ci sono pochi grandi gruppi che gestiscono flussi informativi imponenti su diversi canali e le voci indipendenti ne fanno le spese. Sono sempre di meno, sono sempre più in difficoltà dal punto di vista economico. Non solo: siamo un Paese in cui ci sono veri e propri record mondiali per quanto riguarda la diffusione di *fake news* e la disinformazione, tanto che molti Paesi del Sud America e diversi Paesi africani sono in classifica in postazioni migliori delle nostre perché non hanno questa diffusione così ampia di materiale informativo pensato per essere materiale di propaganda o di disinformazione. Quindi, di fronte a questo problema, che sta da tempo inquinando anche la libertà della vita politica del Paese, le chiedo che cosa intenda fare in particolare per supportare con maggiore forza le voci che garantiscono indipendenza dell'informazione e che garantiscono anche un'occupazione stabile, contrattualizzata, capace di dare libertà e autonomia ai giornalisti che ogni giorno scrivono e informano i cittadini.

Sono anche piuttosto preoccupata per la sua affermazione sulle nuove norme sulle agenzie di stampa perché ha parlato di una proroga; quindi ci sta dicendo che quanto fatto dalla precedente commissione tecnica sulle agenzie di stampa, istituita presso la Presidenza del Consiglio, sotto la regia del Sottosegretario Moles, non entrerà in vigore. Doveva entrare in vigore a giugno, ma è caduto il Governo. Lei ci sta parlando di una proroga e, quindi, di una reimpostazione di tutto il percorso fatto. In merito a questo vorrei, pertanto, chiederle qualcosa in più rispetto a quello che ha detto nella relazione e, in particolare, se pensa comunque di ragionare intorno a convenzioni pluriennali che tengono conto della copertura territoriale delle agenzie di stampa e di quanta sia l'occupazione regolare, *ex* articolo 1 del contratto di lavoro giornalistico, impiegata in queste agenzie. Lo dico perché naturalmente è legittimo che lei pensi di riprendere il percorso e anche di fondarlo su basi diverse, è nei suoi poteri ovviamente; tuttavia, forse sarebbe bene, visto che tutti i giornalisti italiani sono molto attenti a questa questione e aspetta-

vano queste norme da anni, chiarire in quale direzione si vada, sia rispetto alla tutela del lavoro, sia rispetto all'attribuzione di risorse certe e stabili, che appunto garantiscano quella libertà e quell'autonomia che in Italia è bene raro e prezioso. Grazie.

RITA DALLA CHIESA. Grazie presidente. Buongiorno Sottosegretario Baracchini. Grazie per la sua relazione. Le linee del Governo sul tema editoria, lei lo sa, sono ampiamente condivise. Forza Italia è particolarmente fiduciosa e si sente rassicurata dal fatto che ci sia lei, che questo compito, che è delicatissimo, sia stato affidato a lei. Qui troverà sicuramente collaborazione. Sono certa che la stessa cosa varrà da parte sua verso questa Commissione e verso il Parlamento.

Ci tengo, solo per un minuto, a riprendere due concetti già espressi comunque nel suo intervento. Il primo riguarda il mondo dell'editoria come uno dei soggetti più coinvolti nei cambiamenti radicali della comunicazione e dei mezzi di comunicazione. Sappiamo che il sistema deve tenere il passo, ma sottolineo la necessità di accompagnare questo cambiamento, perché nessuna azienda di editoria tradizionale ne faccia le spese, sulle spalle di lavoratori qualificati, di professionalità di cui questo settore economico e culturale è molto ricco.

Il secondo concetto che mi ha molto colpita – e che anche la collega ha ripreso – è quello della credibilità e dell'affidabilità dell'informazione. Abbiamo in cantiere alcuni provvedimenti da lei citati; sappiamo che una buona informazione è uno degli ingredienti essenziali e imprescindibili di una democrazia compiuta e matura. Per questo ci permettiamo di sollecitarla e di insistere proprio su questo punto, perché la professionalità dei giornalisti capaci, e di chi lavora, resti integra nelle sue garanzie, e si riesca a togliere, ad allontanare sempre di più dal dibattito pubblico chi avvelena i pozzi. Ce ne sono tanti, lo sappiamo, per cui chiediamo a lei di farsi carico e di rassicurarci su questo punto.

Le posso garantire che noi saremo sempre al suo fianco su queste e sulle altre tante importanti sfide che ci attendono.

Grazie al presidente, grazie al Sottosegretario e grazie ai colleghi.

MARIA ELENA BOSCHI. Grazie presidente. Grazie Sottosegretario per la sua relazione introduttiva. Ho soltanto alcune richieste di maggiore approfondimento, perché la relazione era necessariamente sintetica, su alcuni punti che ha trattato. Mi riferisco, in particolare, al fondo da 140 milioni previsto per il 2023, rispetto al quale ha detto che dovranno essere fatte alcune scelte di allocazione delle risorse. Le chiederei se su questo avesse già indicazioni da fornirci, perché si tratta di risorse ingenti; ciò anche alla luce della necessità di comprendere meglio se queste scelte saranno fatte da lei, quindi nell'ambito dell'editoria, o dal Ministro Urso, perché non so bene come siano divise tra voi le deleghe, e quindi le competenze, su quella materia specifica, su quelle risorse nello specifico.

Poi la incoraggiamo ulteriormente, Sottosegretario, nell'impegno che lei ci ha garantito rispetto a una sollecitazione nelle scuole per una maggiore attenzione, non soltanto rispetto alla possibilità di accedere ai fondi che sono stati stanziati, ma anche all'attività didattica legata alla lettura dei quotidiani e, soprattutto, alla possibilità di contrastare le *fake news* attraverso una lettura consapevole e intelligente. C'è una particolare attenzione da parte nostra, del nostro gruppo, sul tema delle *fake news* da sempre. È chiaro che non è competenza del Governo, però noi, come gruppo, abbiamo già presentato una proposta per istituire, in questa legislatura, una Commissione d'inchiesta sulle *fake news* che, purtroppo, non siamo riusciti a rendere operativa nella scorsa legislatura: speriamo che questa possa essere l'occasione giusta per farlo. Tutto quello che potrà essere messo in campo contro le campagne di disinformazione, anche da parte del Governo, è per noi prezioso.

Le chiedo se può dirci qualcosa di più — anche se capisco che siamo agli inizi della sua attività, del suo mandato — anche rispetto alle nuove linee guida sulla comunicazione che lei ci ha annunciato e che dovranno essere emanate, chiedendole una

particolare attenzione sul tema non soltanto della tutela dei minori, ma anche del contrasto a qualsiasi forma di stereotipo di genere, e quindi una particolare attenzione anche su quei temi di tutela, di rispetto delle differenze, non solo di genere, ma partendo appunto da quelle, sul ruolo delle donne.

Ultima cosa: i Governi da sempre sono molto attenti a quel tipo di comunicazione — lo sono stati negli anni precedenti, lo saranno sicuramente anche in futuro — che lei ha ricordato e che noi condividiamo riguardante l'iniziativa di una campagna di informazione già immaginata con il Ministro Abodi sugli incidenti stradali, che ci vede sicuramente d'accordo. Per noi è importante non solo il 25 novembre, ma tutto l'anno, avere campagne di comunicazione anche per il contrasto alla violenza di genere e, in generale, contro ogni forma di discriminazione di genere, di etnia religiosa, di orientamento sessuale. Quindi anche su questo chiediamo che il Governo sia particolarmente attento. Grazie.

ANNA LAURA ORRICO. Grazie presidente. Buongiorno Sottosegretario, grazie per la sua relazione.

Parto dal credito di imposta che lei ha citato. È stato istituito nel 2020, in piena crisi pandemica, a favore di quotidiani e periodici per l'acquisto della carta. Probabilmente l'altro settore dell'editoria rientra più nelle competenze del Ministero della cultura, ma le lascio un appello affinché anche il settore dei libri possa essere ricompreso in questo credito di imposta, perché i rincari dei costi della carta, ovviamente, riguardano anche le imprese di questo settore.

Gli altri due temi di cui le voglio parlare rientrano nell'ambito delle competenze del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Non in maniera specifica nelle deleghe che lei ci ha elencato, ma le affido questi altri due temi sperando che lei se ne possa far carico nei confronti del Governo.

Il primo tema riguarda il servizio pubblico Rai e le convenzioni con le regioni, soprattutto a tutela e valorizzazione delle minoranze linguistiche che, come sappiamo, la nostra Costituzione, all'articolo 6,

tutela. La legge n. 482 del 1999 affida alle regioni un ruolo particolarmente importante. Purtroppo, riguardo al servizio Rai ci sono, in base alla capacità delle regioni di curarsi di questo tema o meno, minoranze di serie A e minoranze di serie B. Mi riferisco soprattutto alle minoranze arbëreshë, grecanica e occitana, che in prevalenza sono presenti nella regione Calabria e che non hanno le stesse opportunità delle altre minoranze linguistiche di usufruire del servizio radiotelevisivo Rai per poter mettere in onda tutto l'immenso patrimonio archivistico di cui la sede Rai della regione Calabria è dotata in merito proprio a queste minoranze. Quindi le consegno un appello a vigilare meglio affinché tutte le regioni, che appunto sono demandate alla tutela delle minoranze linguistiche, lo facciano attivando le rispettive convenzioni con le Rai locali.

L'altro tema riguarda il fondo per il pluralismo e le emittenti radiotelevisive locali. Anche in questo caso l'Antitrust, già precedentemente, ha segnalato sia al Parlamento che al Governo una disparità nella ripartizione del fondo del pluralismo che penalizza e lascia le briciole alle emittenti radiotelevisive locali, che sono 1.450 nel nostro Paese, per circa 350 imprese e che, secondo l'attuale ripartizione di questo fondo, ricevono circa 8.000 euro a testa: veramente delle briciole rispetto, invece, alle prime 100 emittenti che riescono a totalizzare quasi il 90 per cento del fondo per il pluralismo. Quindi, l'appello è anche qui per una ripartizione più equilibrata perché le emittenti televisive locali hanno un ruolo fondamentale nel veicolare l'informazione a livello locale e, pertanto, dal nostro punto di vista, meritano di essere meglio valorizzate. Grazie.

GIORGIA LATINI. Intanto grazie, un saluto e un ringraziamento anche per la relazione completa che ci ha fatto. Rinnovo quindi il sostegno per completare questo programma impegnativo e importante per la nostra Commissione.

Sollevo solamente un piccolo appunto sul problema della pirateria che non interessa solamente i libri, ma anche i quotidiani. È un tema da sottolineare e da

affrontare proprio anche per tutelare le nuove generazioni e tutti coloro che lavorano nel mondo del giornalismo.

Un'altra sollecitazione, o magari proposta, potrebbe essere quella di incentivare la maggior parte delle biblioteche, che già lo fanno, che mettono i quotidiani a disposizione delle comunità. Conoscendo, tuttavia, il momento di forte difficoltà economica che stanno vivendo, si potrebbe far sì che ogni biblioteca abbia a disposizione i quotidiani giornalmente e rendere così un grande servizio alla cittadinanza. Quando ero assessore al Comune di Ascoli vedevo la necessità, di quei cittadini che non potevano permettersi di acquistare ogni mattina il giornale, di recarsi in biblioteca per leggerlo. Vedo, però, anche che le biblioteche sono sempre più in difficoltà per i costi che devono sostenere. Naturalmente questa seconda considerazione andrà coordinata con il Ministro alla cultura.

Comunque, come gruppo della Lega, rinnoviamo il sostegno e la collaborazione e la ringraziamo per essere qui.

IRENE MANZI. Grazie presidente. Ringrazio il Sottosegretario per la sua relazione.

Riprendo alcune considerazioni che sono state in parte già espresse negli interventi dei colleghi, a cominciare dal ruolo fondamentale che l'informazione svolge per la qualità della nostra democrazia e della partecipazione democratica. Per garantire una democrazia forte, tra l'altro, i *media* svolgono un ruolo essenziale e per farlo devono poter essere liberi tra l'altro di svolgere questa funzione fondamentale, liberi da qualsiasi forma di pressione, di attacchi anche verbali, fisici, diretti e indiretti. Anche se non è una competenza del suo Dipartimento, penso che sia molto importante un'attività di sensibilizzazione e attenzione rispetto al tema delle minacce che spesso i giornalisti subiscono: verbali e fisiche. Penso che sia un'azione di consapevolezza necessaria, ovviamente in sinergia con il Ministero dell'interno e con gli organismi che sono costituiti a questo scopo. Proprio perché la libertà dei *media* è libertà anche dai condizionamenti che questi possono subire, l'indipendenza editoriale e

il pluralismo sono temi fondamentali. In questo sicuramente è importante condurre un'azione seria ed efficace nella lotta alle *fake news*, chiaramente senza un intento censorio, ma di consapevolezza e di attenzione rispetto alle informazioni che vengono divulgate tra i cittadini.

Sono stati ricordati dalla sua relazione anche una serie di provvedimenti importanti, inevitabilmente emergenziali, ovviamente adottati in concomitanza con l'emergenza Covid, e legati anche ai progressi tecnologici che l'informazione affronta in questo momento. Forse sarebbe interessante potersi confrontare anche su questo. Sarebbe quasi necessaria anche l'adozione di una legge quadro. Qualcosa ricordava anche il presidente Mollicone rispetto ai progressi, rispetto anche alla trasformazione profonda che il mondo dell'editoria e dell'informazione ha subito.

L'altro tema su cui penso sia importante sottolineare un impegno è quello della tutela dei giornalisti: la tutela che prima ricordavo, contro le minacce, ma la tutela anche rispetto al ruolo professionale che essi svolgono. C'è un tema che è legato al forte precariato del giornalismo che li riguarda direttamente e che finisce spesso anche per incidere sull'efficacia del lavoro che viene svolto. Sono stati ricordati i fondi stanziati proprio di recente con il DPCM del mese di settembre scorso per la stabilizzazione dei giornalisti e per la trasformazione dei contratti. Si possono prevedere *in itinere* anche, per gli anni successivi, misure che garantiscano e tutelino la professione giornalistica.

Due ultime sollecitazioni frutto anche del suo intervento sul tema del *bonus* edicole, la cui durata è stata ricordata, e che è stato dettato anche da una situazione di emergenza. Riteniamo che le edicole, soprattutto per le comunità più piccole, molto spesso svolgano un ruolo di presidio di comunità importante e significativo. Quindi siamo interessati anche a conoscere e a ragionare nel rapporto con il Parlamento, che lei ha positivamente ricordato, anche misure che in questo senso garantiscano — perché questo ha a che fare anche con una distribuzione dell'informazione — la pre-

senza di questi supporti importanti e delle rivendite nei comuni, anche in quelli con popolazione molto inferiore ai 5.000 abitanti. Sono misure già adottate; sarebbe interessante vedere se sono implementabili anche per il futuro.

Infine, rispetto al tema della diffusione della lettura dei quotidiani nelle scuole, le misure che erano state adottate erano importanti, ma condizionate nell'attuazione anche da una contingenza certo non semplice. È previsto un finanziamento pluriennale, però sarebbe interessante conoscere se sono pensabili altre misure che incoraggino oltre la lettura, l'informazione consapevole, la lettura consapevole della stampa da parte delle generazioni più giovani e se sono pensabili anche strumenti che favoriscano delle premialità per quelle imprese editoriali che garantiscono, per esempio, spazi aderenti alle iniziative volte alla diffusione della cultura, che è un altro tema importante — su cui magari potremmo sollecitare anche il Ministro Sangiuliano che sarà in audizione qui nei prossimi giorni — unitamente alla questione del credito di imposta per i libri, che è un'emergenza, è un'esigenza fortemente sentita dal settore librario in questo caso. Grazie.

GRAZIA DI MAGGIO. Grazie presidente. Grazie Sottosegretario per aver risposto subito alla chiamata del Parlamento in audizione.

Le tematiche sono tante, ma mi preme chiederle se intenda portare avanti progetti con le scuole, come ad esempio « Il quotidiano in classe », che aiutano a incentivare alla lettura e, soprattutto, fanno conoscere alle nuove generazioni l'importanza del mondo della carta stampata, oltre che del digitale, creando così anche una coscienza critica che può essere ricchezza collettiva. Grazie.

ALESSANDRO AMORESE. Grazie Sottosegretario per la sua relazione.

Tre considerazioni. Intanto, se non ricordo male, lei viene dalla stampa locale, se non erro, dal Tirreno. Io sono massese, lei presumo pisano, o di quelle parti. Mi interesserebbe sapere se la stampa locale di

cui conosce le potenzialità quanto potrebbe essere essenziale per salvare sia la carta stampata e, in generale, l'informazione e per avvicinare i territori.

Ha fatto alcuni passaggi sulle campagne istituzionali, che sono molto importanti. Ne ha citate alcune, e sono state pianificate soprattutto sui *social network*, televisioni, radio, ma meno sulla carta stampata. Su quotidiani e riviste. Per noi sarebbe, invece, importante come sistema di sostegno all'editoria. Quindi le chiedo se ha intenzione di invertire questa tendenza.

L'ultima cosa riguarda i giornalisti di frontiera: è un tema che incrocia sia la cultura che il suo Dipartimento; a mio avviso, tutta la politica dovrebbe farci sentire vicina soprattutto alle persone in prima linea sul tema della lotta alla mafia, sul tema della lotta alla criminalità organizzata. Molti esempi sono noti. Mi viene in mente che a gennaio ci sarà il trentennale della morte di un giornalista: Beppe Alfano; la figlia è stata impegnata a lungo in politica. Potrebbe essere questo un esempio di una persona in prima linea da sostenere.

ALBERTO BARACHINI, *Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'editoria*. Intanto grazie davvero, grazie dei contributi, grazie degli spunti che sono estremamente utili in questa fase; spero che ce ne saranno da parte vostra tanti altri anche nel prosieguo dell'attività. Alcune tematiche sono comuni, ma cerco di rispondere alle singole istanze.

Onorevole Piccolotti, ha ragione: siamo molto indietro sulla libertà di stampa. Effettivamente lo siamo. Credo che sia una responsabilità che dobbiamo condividere tutti. Anche il servizio pubblico, il Governo certamente, ma anche le singole testate, perché il nostro Dipartimento, come molti di voi sanno, ha un ampio raggio di finanziamento che comprende anche tante piccole realtà di cooperative giornalistiche che dovrebbero e potrebbero contribuire moltissimo alla diffusione anche di tematiche diverse da quelle dei grandi gruppi.

Purtroppo dobbiamo constatare, con una traumaticità continua, l'assenza di lettori. Tante realtà giornalistiche non vengono so-

stenute dagli stessi lettori, quindi i finanziamenti pubblici hanno un forte impatto, perché il mercato non li sostiene quanto dovrebbe. La responsabilità è sicuramente di tante componenti del mondo pubblico, ma anche dell'assenza di un mercato dedicato a testate che fanno un'informazione laterale o diversa da quella dei grandi gruppi.

Sul fronte delle *fake news* il nostro impegno sarà totale, anche perché – faccio un breve *excursus* – vengo da un'esperienza, quella della presidenza della Commissione di vigilanza sulla Rai, che mi ha visto su questo fronte estremamente impegnato. Il presidente forse qualcosa ricorda. Qualche volta abbiamo anche discusso, ma ci ha visto molto impegnati, soprattutto nelle due grandi emergenze che abbiamo attraversato: la pandemia prima e il conflitto internazionale adesso, nel tentativo di arginare anche l'informazione del servizio pubblico quando questa prese, diciamo, alcune derive non propriamente razionali.

Come avete forse sentito nella prima parte dell'intervento, sono volontariamente tornato sul tema dell'affidabilità, della credibilità e della reputazione del settore dell'informazione, del settore giornalistico, perché è altrettanto ovvio che non sarà certamente il Dipartimento dell'editoria a poter certificare la qualità dell'informazione. Sulla qualità dell'informazione si può dire e scrivere quanto si vuole, non è assolutamente un criterio che si possa certificare, né tanto meno lo può fare un Governo; ma sulla reputazione, sulle norme che collegano al rispetto dei criteri deontologici e professionali vanno ancorati i finanziamenti pubblici, perché se non si lavora in questa prospettiva non si fa un interesse collettivo.

C'è un tema che l'onorevole Piccolotti mi ha segnalato, quello del digitale. Se la nostra posizione nel *ranking* internazionale è così bassa sulla libertà di stampa, è dovuto anche al fatto che c'è una proliferazione infinita di testate senza controllo che abbassano la qualità della nostra informazione e della nostra capacità di intervenire, perché, come lei sa, non si capisce neanche che tipo di responsabilità hanno. Quindi la responsabilità va – dicevo prima – divisa fra le autorità di Governo e le

autorità di controllo (compresa l'Agcom). C'è un tema di sovvenzionare realtà che rispettino ruoli e norme deontologiche e professionali. Questo è l'unico ancoraggio che vedo e che intendo perseguire per dare una certezza di risorse, ma per dare anche un progresso all'informazione italiana.

Sul tema delle agenzie capisco la preoccupazione. Ho ricevuto e sto ricevendo tutti gli editori delle agenzie estremamente sensibili a questo tema, ma la responsabilità prevede anche la capacità di studiare le carte e cercare la soluzione migliore possibile. Sarebbe stato, diciamo, piuttosto comodo, forse, da parte nostra prendere le carte e procedere semplicemente alle procedure, che per altro erano tre diverse, perché la Commissione ha dato tre soluzioni possibili diverse. Secondo me un ruolo di responsabilità è quello di vedere la situazione, ragionarla e aggiornarla, e procedere, io spero, in tempi veramente brevi a una procedura che dia certezza di risorse.

Poi ringrazio l'onorevole Dalla Chiesa che mi ha fatto una sensibilizzazione assolutamente corretta. È vero, dobbiamo accompagnare tutti i settori dell'editoria, non lasciare indietro nessuno, sperando poi, però, che chi non viene lasciato indietro possa poi, lentamente, anche camminare con le proprie gambe, perché questo è — credo — il senso del finanziamento pubblico.

L'onorevole Boschi, invece, mi chiedeva dei criteri che potremmo studiare, come dicevo, ovviamente insieme al Parlamento e con tutti i contributi degli *stakeholders*, sulla distribuzione del fondo. C'è un tema, come dicevo prima, di ancoraggio intanto a procedure, alcune in corso di ristrutturazione aziendale. Ci sarà un'interlocuzione con il Ministro Urso. C'è un tema di transizione digitale e quindi ci sarà un accordo anche con il Sottosegretario Butti. Ma occorre comprendere che la realtà editoriale cambia ormai con un ciclo certificato a livello internazionale più o meno di due anni. Oggi siamo in presenza di una drammatica diminuzione delle copie cartacee vendute e, quindi, i criteri di applicazione dovranno tenere conto che oggi esistono buoni siti di informazione digitali, che hanno un diritto pari a quello di

alcune realtà editoriali tradizionali a ricevere i finanziamenti. Credo che bisogna ragionare in questi termini; sempre però partendo, come dicevo prima, dal condividere una visione, quella del rispetto delle norme deontologiche professionali, quindi dell'innalzamento della qualità dell'informazione e anche quella della certificazione dei contratti che queste realtà utilizzano, perché, ovviamente, questi due parametri non possono essere assolutamente slegati dal finanziamento.

Sulle iniziative nelle scuole, effettivamente stiamo studiando alcune iniziative. Non soltanto quella del «quotidiano in classe», che è un'iniziativa, diciamo, di origine privata. Cerchiamo di dare un'iniziativa pubblica adeguata. Ci sono varie possibilità, tra le quali quella di distribuire copie nelle scuole; tuttavia, sappiamo anche che i ragazzi oggi sulla carta fanno un po' fatica. Quindi si potrebbe anche attivare un sistema di applicazione digitale per la quale, a rotazione, alcune classi dei licei possono avere a disposizione strumenti di informazione.

Poi mi chiedeva sulle linee guida della comunicazione. Credo che molto sia stato fatto, però probabilmente manca alla comunicazione istituzionale una sorta di tono di voce comune. Credo che sia opportuno in questa fase cercare di raggiungere i cittadini in una modalità il più univoca possibile, anche tramite strumenti diversi. Se si fa una campagna sulla sicurezza sulle strade è abbastanza difficile che si raggiungano mettendo annunci su un quotidiano economico. Probabilmente anche nella distribuzione delle allocazioni di queste campagne si può fare un aggiornamento.

L'onorevole Orrico mi chiedeva del credito di imposta. È ottima l'idea di estenderlo, soprattutto per la carta, alla pubblicazione dei libri. Ne abbiamo, devo dire, già accennato con il Ministro Sangiuliano che ha anche alcune idee in merito, delle quali ovviamente vi darà conto lui, non voglio anticiparlo. Tuttavia, mi sembra corretto, perché se c'è un valore culturale va sostenuto al di là del mercato. Spero di essere stato chiaro, le due strade sono: alto valore culturale e reputazione giornalistica

all'interno di un mercato che cambia. Queste sono due delle direttrici che, secondo me, dobbiamo seguire.

Per quanto riguarda la Rai, si tocca un tasto dolente perché me ne sono occupato a lungo. Abbiamo appena presentato un'iniziativa del servizio pubblico per quanto riguarda l'offerta Rai all'estero, molto articolata. Dobbiamo concentrarci sicuramente sulle realtà locali. Io sarò anche in Calabria perché c'è un'iniziativa che riguarda la presentazione di un documentario sui Bronzi di Riace; spero di poter parlare anche con alcuni dirigenti della sede calabrese, per capire quello che può essere il nostro sostegno rispetto a queste iniziative.

Il tema delle emittenti locali va avanti da moltissimo tempo. C'è un fatto: delle oltre mille e passa televisioni locali, molte non sono in regola con tutta una serie di parametri, anche di contrattualizzazione dei giornalisti. Allora torniamo indietro. È chiaro che se non si regolarizzano in maniera stabile e corretta i giornalisti si rischia che poi gli stessi giornalisti, soprattutto nelle realtà locali, siano soggetti a percorsi non propriamente trasparenti, anche di ingaggio sulle notizie. Ci vorrebbe una responsabilità reciproca anche. Probabilmente i parametri possono essere rivisti; altrettanto, gli editori locali — alcuni editori locali, stiamo bene attenti a quello che diciamo — dal mio punto di vista, potrebbero fare molto di più per rendersi perfettamente in linea con le normative del sostegno dell'editoria pubblica.

L'onorevole Latini mi segnalava un'attenzione sul tema della pirateria. Ovviamente, condivido. Anche qui la collaborazione con Agcom è strutturale. Ho un ottimo rapporto con il presidente Lasorella di Agcom, già dalla precedente legislatura. Vorrei che tutte le iniziative che riguardano questo settore ci coinvolgessero, perché anche a livello europeo, come dicevo prima, ho partecipato a questo G7 sui temi dei *media*: c'è una grandissima sensibilità.

Purtroppo, anche qua sappiamo, per esempio, i danni che la distribuzione dei quotidiani subisce su alcuni *social network* molto diffusi, e molti di noi anche vengono

costantemente raggiunti da paginate di quotidiani. Ovviamente sono pagine pirata, però nessuno di noi pensa poi di denunciare il percorso, o tante volte non lo facciamo e, in realtà, questo è un danno. Pensate, riprodotto per i numeri che questi *social network* hanno, qual è il danno.

Lei mi chiedeva anche delle biblioteche. È un tema che andrebbe valorizzato magari negli istituti scolastici, perché fuori dagli istituti scolastici sono frequentate ormai da un numero molto marginale di persone. Quindi, probabilmente, prima di distribuire le copie dei giornali, bisognerebbe aiutare le persone a ritrovare il gusto di entrare in una biblioteca a scoprire il libro o il quotidiano.

L'onorevole Manzi mi chiedeva della sensibilizzazione rispetto alla qualità informativa che il Dipartimento può fare. Come penso saprà, c'è tutto un tema anche della querela intimidatoria che viene considerata temeraria da alcune associazioni di categoria giornalistica. Ho affrontato questo tema con il segretario dell'FNSI Lorusso. L'equilibrio che bisogna trovare anche qua fa parte sicuramente del mestiere del giornalista, per esempio investigativo, anticipare o seguire l'attività delle procure. Altrettanto viene dall'altra parte, dagli editori che molto spesso si sono trovati anche oneri pesanti da un punto di vista di carico giudiziario. Quindi sicuramente il tema va affrontato, e forse l'orizzonte migliore è quello del confronto costante con tutti gli *stakeholders*, cercando una soluzione il più possibile di equilibrio.

Sul *bonus* per le edicole credo che la misura vada prorogata assolutamente, va forse stabilizzata. Penso che con la collaborazione delle due associazioni che seguono le edicole si potrebbe valorizzarne la centralità nei tessuti cittadini anche con altri tipi di servizi. Penso a servizi digitali, per esempio, non disponibili per gli anziani, perché probabilmente potrebbero essere degli *hub*, per la loro collocazione estremamente utili, magari anche allo scarico di un certificato. Anche perché siamo in un'era nella quale sostanzialmente riceviamo molte cose vicino a noi e la ricerca del quotidiano in certe città, soprattutto in

provincia, è diventata una cosa complessa. Forse dovremmo fare in modo che il quotidiano ci raggiunga dove siamo, piuttosto che andare noi a trovarlo. Sono cambiate le abitudini e anche per questo, anche l'iniziativa che lei citava, quella del «quotidiano in classe», che io sposo completamente, è un'idea per cercare di riavvicinare alcune porzioni di cittadini che oggi non scoprono più quel piacere.

L'onorevole Di Maggio mi ha citato appunto «Il quotidiano in classe»: è vero, è un'iniziativa meritoria, vorrei che il Governo e il pubblico avesse la stessa capacità di attivare iniziative del genere con la forza ovviamente delle risorse del pubblico. Mi piacerebbe affiancare l'iniziativa dell'ottimo Lazzarini.

Per quanto riguarda, invece, le tre sensibilizzazioni dell'onorevole Amorese, sì, è vero, sono molto legato all'esperienza della stampa locale e credo che la stampa locale sia — e lo dimostrano tutti gli studi internazionali — un *asset* strategico. La stampa locale è una delle poche realtà in attivo rispetto al panorama editoriale. Sulla stampa locale però va fatta anche una riflessione perché probabilmente c'è stata un po' di resistenza all'innovazione. Cioè è forse il settore dell'editoria che meno ha ragionato in termini di innovazione. Se la stampa locale, con il sostegno pubblico, opera in un senso di innovazione, o anche di aggregazione — perché lei sa che ci sono quotidiani che seguono comuni di 60.000 persone, 50.000 persone — se si ragiona sull'aggregazione, in alcuni casi forse regionale, o in altri casi interprovinciale, il settore è molto interessante anche da un punto di vista pubblicitario. Certo sono numeri diversi da quelli della grande stampa.

Sulle campagne istituzionali, sui quotidiani, la seguo e non la seguo, perché capisco che sarebbe una forma di finan-

ziamento interessante; tuttavia, come dicevo prima, dipende molto dalla campagna; purtroppo bisognerà fare accordi anche con i grandi OTT perché è necessario. Chi di voi ha figli sa qual è il tempo speso su alcuni grandi OTT, sui quotidiani o la televisione. Purtroppo è una realtà.

Sui giornalisti di frontiera, invece, la seguo completamente perché pensavo alla stessa cosa. Pensavo a quanto sarebbe importante oggi, portando magari, come dicevo prima, il quotidiano in alcuni istituti, medie o superiori, o il quotidiano digitale, o portarvi anche gli inviati. Pensiamo a cosa potrebbe essere oggi un racconto di un grande inviato, magari esperto di conflitto, che racconti quello che sta avvenendo a pochi centinaia di chilometri da noi. Siccome i ragazzi soprattutto vivono di *experience*, vivono di esperienze, oggi raccontargli questo, o raccontargli la vita di alcuni cronisti antimafia, sarebbe una chiave per entrare nel loro mondo e magari portarli un po' nel nostro. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie Sottosegretario Barachini. Penso che la sua audizione sia stata una delle più approfondite, sia per le domande che per le risposte. Magari, visti i temi enormi che dovremo affrontare, avremo il piacere di fare approfondimenti proprio sulle normative europee e su altri temi di stretta attualità, anche rispetto all'editoria. Quindi potremo confrontarci ancora. Intanto grazie veramente per la disponibilità.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 14.20

*Licenziato per la stampa
il 26 gennaio 2023*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



19STC0013610