

- b) un numero adeguato di ore di trasmissioni televisive e radiofoniche dedicate all'educazione, all'informazione, alla formazione, alla promozione culturale, con particolare riguardo alla valorizzazione delle opere teatrali, cinematografiche, televisive, anche in lingua originale, e musicali riconosciute di alto livello artistico o maggiormente innovative; tale numero di ore è definito ogni tre anni con deliberazione dell'Autorità; dal computo di tali ore sono escluse le trasmissioni di intrattenimento per i minori;
- c) la diffusione delle trasmissioni di cui alla lettera b), in modo proporzionato, in tutte le fasce orarie, anche di maggiore ascolto, e su tutti i programmi televisivi e radiofonici;
- d) l'accesso alla programmazione, nei limiti e secondo le modalità indicati dalla legge, in favore dei partiti e dei gruppi rappresentati in Parlamento e in assemblee e consigli regionali, delle organizzazioni associative delle autonomie locali, dei sindacati nazionali, delle confessioni religiose, dei movimenti politici, degli enti e delle associazioni politici e culturali, delle associazioni nazionali del movimento cooperativo giuridicamente riconosciute, delle associazioni di promozione sociale iscritte nei registri nazionale e regionali, dei gruppi etnici e linguistici e degli altri gruppi di rilevante interesse sociale che ne facciano richiesta;
- e) la costituzione di una società per la produzione, la distribuzione e la trasmissione di programmi radiotelevisivi all'estero, finalizzati alla conoscenza e alla valorizzazione della lingua, della cultura e dell'impresa italiane attraverso l'utilizzazione dei programmi e la diffusione delle più significative produzioni del panorama audiovisivo nazionale;
- f) la effettuazione di trasmissioni radiofoniche e televisive in tedesco e ladino per la provincia autonoma di Bolzano, in ladino per la provincia autonoma di Trento, in francese per la regione autonoma Valle d'Aosta e in sloveno per la regione autonoma Friuli-Venezia Giulia;
- g) la trasmissione gratuita dei messaggi di utilità sociale ovvero di interesse pubblico che siano richiesti dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e la trasmissione di adeguate informazioni sulla viabilità delle strade e delle autostrade italiane;
- h) la trasmissione, in orari appropriati, di contenuti destinati specificamente ai minori, che tengano conto delle esigenze e della sensibilità della prima infanzia e dell'età evolutiva;
- i) la conservazione degli archivi storici radiofonici e televisivi, garantendo l'accesso del pubblico agli stessi;
- l) la destinazione di una quota non inferiore al 15 per cento dei ricavi complessivi annui alla produzione di opere europee, ivi comprese quelle realizzate da produttori indipendenti;
- m) la realizzazione nei termini previsti dalla legge 3 maggio 2004, n. 112, delle infrastrutture per la trasmissione radiotelevisiva su frequenze terrestri in tecnica digitale;
- n) la realizzazione di servizi interattivi digitali di pubblica utilità;
- o) il rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 38 dello stesso Testo unico;
- p) l'articolazione della società concessionaria in una o più sedi nazionali e in sedi in ciascuna regione e, per la regione Trentino-Alto Adige, nelle province autonome di Trento e di Bolzano;
- q) l'adozione di idonee misure di tutela delle persone portatrici di handicap sensoriali;
- r) la valorizzazione e il potenziamento dei centri di produzione decentrati;

- s) la realizzazione di attività di insegnamento a distanza.

Secondo il Contratto di Servizio, l'offerta, realizzata nel rispetto di una programmazione di qualità rispettosa dell'identità valoriale e ideale del Paese, della sensibilità dei telespettatori e della tutela dei minori, va caratterizzata da una gamma di contenuti e da una efficienza produttiva in grado di originare presso i cittadini una percezione positiva del Servizio Pubblico in relazione al livello dei programmi, alla specificità della missione che è chiamato a svolgere rispetto alla radio-televisione commerciale e al costo sostenuto per il canone di abbonamento.

A tal fine sono riconosciuti quali compiti prioritari: la libertà, la completezza, l'obiettività e il pluralismo dell'informazione; la salvaguardia dell'identità nazionale, di quelle locali e delle minoranze linguistiche; l'evoluzione politica ed economica del Paese, i problemi del suo ammodernamento; l'evoluzione dei rapporti politici ed economici con i partner europei e la diffusione degli elementi principali della loro cultura; l'informazione sulla situazione politica, economica e sociale dei paesi extra UE, con particolare attenzione ai Paesi in grave ritardo di sviluppo economico e sociale; la valorizzazione della cultura, della storia, delle tradizioni e del patrimonio artistico; il rispetto dei beni ambientali; la rappresentazione delle realtà della vita quotidiana del Paese; la promozione del lavoro e delle sue condizioni; i temi dei diritti civili, della solidarietà, della condizione femminile e delle pari opportunità, dell'integrazione; la sicurezza dei cittadini, la denuncia dei fenomeni di violenza, di criminalità, di disgregazione e di emarginazione sociale; l'attenzione alla famiglia; la tutela dei minori e delle fasce deboli e anziane della popolazione.

Il Contratto di Servizio

Il Contratto di Servizio dettaglia i compiti fissati dalla Legge e, in alcuni casi, come consentito dalla stessa, ne fissa di ulteriori.

Il Contratto di Servizio 2007-2009 sottoscritto dalla Rai e dal Ministero delle Comunicazioni il 5 aprile 2007, dopo il parere consultivo rilasciato nella seduta del 14 febbraio 2007 dalla Commissione Parlamentare per l'indirizzo generale e la Vigilanza dei servizi radiotelevisivi, prevede le seguenti principali novità:

- qualità dell'offerta e valore pubblico (art. 3): il contratto introduce un nuovo sistema di misurazione degli obiettivi di qualità dell'offerta articolato su due strumenti:
 1. una ricerca di monitoraggio e di analisi della qualità della programmazione intesa come valore pubblico, in grado di verificare la percezione degli utenti del servizio pubblico in merito ai singoli elementi dell'offerta;
 2. una ricerca di monitoraggio della corporate reputation intesa come la capacità di competere, di innovare e di incrementare il proprio valore di servizio pubblico nel rispetto dell'etica dell'impresa, della deontologia professionale e dei criteri di correttezza e di lealtà.Il contratto prevede l'istituzione di un comitato scientifico di sei membri (di cui tre designati dalla Rai e uno designato dal Consiglio Nazionale degli Utenti, uno dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e uno dal Ministero, con funzione di Presidente) incaricato di presiedere all'organizzazione della ricerca, definirne le metodologie, stabilire gli obiettivi da assegnare alla Rai, controllare i risultati ed effettuarne una valutazione.

- Offerta multimediale (art. 6): il contratto disciplina gli impegni assegnati alla Rai nell'ambito dello sviluppo di una strategia di valorizzazione della produzione editoriale e dei diritti audiovisivi sulle diverse piattaforme distributive (digitale terrestre, satellite, IPTV, mobile, Internet ecc.), in coerenza con il proprio posizionamento di mercato e la propria natura di servizio pubblico generale radiotelevisivo.
- Prodotti audiovisivi italiani ed europei (art. 10): la Rai è tenuta a destinare una quota minima del 15 per cento dei ricavi complessivi annui a investimenti per prodotti audiovisivi di produzione italiana o europea. Rispetto al precedente contratto, si rilevano due principali cambiamenti:
 1. valori economici di riferimento: in coerenza con le disposizioni del Testo unico della radiotelevisione, la quota annua minima di investimento passa dal precedente 20% dei ricavi da canone al 15% dei ricavi complessivi, con un incremento quantificabile in valori assoluti nell'ordine di circa 140 milioni di Euro;
 2. perimetro dei prodotti audiovisivi: ai fini del rispetto della quota, dovranno essere considerati gli impegni sostenuti dalla Rai non solo (come nel precedente contratto) per prodotti cinematografici, di fiction, cartoni, ma anche per le trasmissioni per la promozione del cinema e dell'audiovisivo in generale, e per le trasmissioni culturali relative allo spettacolo dal vivo (teatro, danza, lirica, prosa, musica classica e leggera).
- Informazione relativa ai servizi di pubblica utilità (art. 13): la Rai è tenuta a presentare un progetto di

sviluppo dell'attuale canale Isoradio, finalizzato a definire le misure necessarie per l'ampliamento e la tempestività dei contenuti informativi ai diversi segmenti di utenza, e per l'estensione della copertura della diffusione del segnale. La realizzazione delle attività del progetto verrà regolamentata sulla base di una apposita convenzione tra il Ministero, la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della protezione civile e la concessionaria; tale convenzione dovrà, tra l'altro, definire le misure necessarie per la copertura dei costi a carico della concessionaria.

- Digitale terrestre (artt. 21-27): il Contratto prefigura il percorso che la Rai – secondo quanto previsto dalle norme comunitarie e nazionali, e nel rispetto delle conferenti disposizioni deliberate dalle competenti Autorità di garanzia – è chiamata a realizzare nell'ambito del più ampio processo di transizione dalla tecnologia analogica a quella digitale sia direttamente sia partecipando ad idonee forme associative, consortili o societarie con gli altri soggetti operanti nel mercato.
- Commissione paritetica (art. 37): il Contratto prevede la costituzione di una apposita Commissione paritetica composta da otto membri (quattro designati dal Ministero e quattro designati dalla Rai) con l'obiettivo di procedere, anche alla luce dell'evoluzione dello scenario di riferimento, alla definizione delle più efficaci modalità operative di applicazione e di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel contratto, nonché di verificarne l'adempimento.

Il Contratto di Servizio 2007-2009 entrerà in vigore a seguito della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale.

Lo scenario del mercato televisivo

Lo scenario televisivo attuale si presenta sia a livello europeo che italiano attraversato da due importanti e distinti processi evolutivi:

- da un lato lo sviluppo della televisione digitale multicanale ovvero la moltiplicazione di canali ricevibili in tecnica digitale e lo sviluppo di offerte specializzate, gratuite e a pagamento con contenuti di base o 'premium';
- dall'altro la nascita di un nuovo ambiente televisivo costituito dagli audiovisivi distribuiti sia in rete via World Wide Web che attraverso terminali radiomobili di nuova generazione o tramite altre piattaforme e modalità tecniche emergenti.

Tuttavia entrambi i processi di innovazione tecnica, data la loro prevalente natura commerciale, presentano il limite di una diffusione contenuta dal punto di vista del numero di famiglie/abitazioni raggiunte. Infatti, tutte le offerte e le piattaforme multicanale sono principalmente, o essenzialmente, basate su modelli di tipo Pay TV, veicolate e trainate, cioè, da offerte a pagamento.

Al contrario, la Televisione digitale terrestre è essenzialmente basata su un numero elevato di canali free-to-air, permette un accesso gratuito da parte degli utenti ed ha la possibilità di raggiungere la totalità delle famiglie televisive.

A oggi il segnale DTT, attraverso il Mux A e il Mux B della Rai raggiunge oltre il 70% della popolazione italiana. Mediaset con i suoi 2 Mux raggiunge rispettivamente l'80% e il 65% della popolazione, Telecom Italia Media attraverso 2 Mux copre rispettivamente il 70% e il 65% della popolazione, D-Free ha un solo multiplex a disposizione con cui raggiunge circa il 70% della popolazione e infine il gruppo L'Espresso, anch'esso con un solo multiplex, copre circa il 50%.

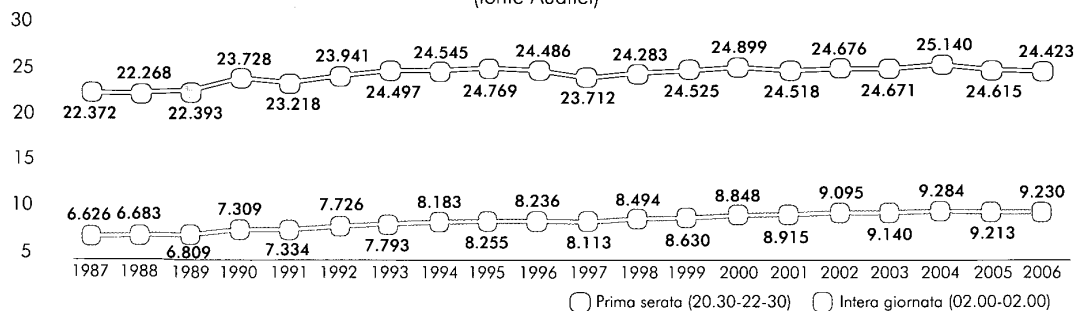
La previsione per uno switch-off completo nazionale è per il 2012. Inoltre, come le altre piattaforme televisive digitali, il DTT è una piattaforma interattiva e apre così il mezzo televisivo a un utilizzo partecipativo, sia con l'interazione con i programmi sia con la possibilità di fruire di servizi telematici realizzati ad hoc.

L'Italia e il Regno Unito sono i Paesi in cui i servizi interattivi su DTT sono stati maggiormente potenziati e la Rai su questo fronte ha fatto da apripista sviluppando un know how specifico nella costruzione e nell'offerta di servizi di pubblica utilità a livello nazionale e locale, in particolare con l'esperienza di Rai Utile e di Italia Utile, il portale della Pubblica Amministrazione fruibile da televisore e promuovendo e realizzando insieme a Sipra un premio dedicato specificatamente alla pubblicità interattiva, denominato 'I-spot'.

Lo sviluppo dell'interattività a servizio del cittadino nei rapporti con la Pubblica Amministrazione o comunque a scopo di pubblica utilità rappresenta solo uno degli aspetti del ruolo che Rai come operatore di Servizio Pubblico sta ricoprendo nello sviluppo del DTT e delle piattaforme multimediali in generale.

All'interno di un mercato televisivo evoluto caratterizzato da una maggiore ricchezza di canali e da un maggiore pluralismo editoriale, l'offerta multicanale gratuita e universale della Rai trova una nuova centralità assumendo un ruolo guida, di protagonismo, rispetto alle offerte commerciali (gratuite e a pagamento)

Evoluzione della platea televisiva
(fonte Auditel)

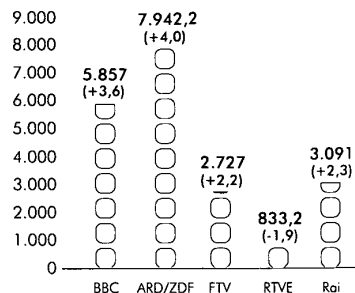


(dati in milioni di Euro)

	Finanziamento Pubblico			Pubblicità			Altri ricavi			Totale		
	2005	2004	%	2005	2004	%	2005	2004	%	2005	2004	%
BBC	4.907,2	4.688,7	4,7	-	-	-	949,8	962,5	-1,3	5.857,0	5.651,2	3,6
ARD/ZDF	6.739,7	6.412,7	5,1	253,7	246,0	3,1	948,8	908,8	4,4	7.942,2	7.567,5	4,9
FTV	1.796,8	1.715,4	4,8	780,5	784,3	-0,5	149,7	167,8	-10,8	2.727,0	2.667,4	2,2
RTVE *	81,4	81,7	-0,4	703,3	727,4	-3,3	48,5	40,4	20,0	833,2	849,5	-1,9
Gruppo Rai **	1.560,2	1.556,7	0,2	1.217,6	1.218,6	-0,1	313,2	246,0	27,3	3.091,0	3.021,3	2,3

* RTVE è finanziata direttamente dal governo

** Per il Gruppo Rai il Finanziamento Pubblico include il Canone e i Servizi speciali da Convenzione



presenti sulle diverse piattaforme e traina il processo di alfabetizzazione alle tecnologie telematiche del Paese, soprattutto in riferimento a quelle fasce di popolazione non coperte dalle altre reti.

Naturalmente le numerose trasformazioni tecnologiche degli ultimi anni, saldandosi a nuovi bisogni sociali (trasformazione dei tempi di vita, mutamenti nella mobilità, aspettative e bisogni socioculturali emergenti ecc.) hanno portato a una rivoluzione nei comportamenti di consumo degli utenti. Tuttavia la televisione generalista in questo contesto di rapido mutamento resta ancora il baricentro dei consumi mediiali e culturali degli Italiani: una centralità materiale ma anche, e forse soprattutto, simbolica, radicata in termini di aspettative, funzioni e prospettive.

Anche se i suoi livelli di ascolto sono inversamente correlati al grado di apertura e risorse culturali del pubblico, la capacità della televisione generalista, e di Rai in primis, di rivolgersi a pubblici estremamente differenziati resta elevata, rendendola capace di parlare, attraverso generi, programmi, volti e personaggi diversi, a gran parte dei segmenti della società italiana.

E' proprio facendo leva sulla sua centralità d'uso che la televisione generalista potrà accompagnare, muovendosi su piattaforme diverse, l'ibridazione mediale dei consumi degli Italiani ed è proprio in quest'ottica di integrazione e sfruttamento multipiattaforma che l'azienda Rai sta affrontando i mutamenti del mercato.

Le risorse

Sul fronte delle risorse, il mercato televisivo italiano negli ultimi anni si sta allineando alle tendenze già stabili nel panorama europeo, affiancando alla componente delle risorse pubbliche e della raccolta pubblicitaria anche i ricavi derivanti dalle offerte a pagamento.

In questa evoluzione, il canone, anche per il blocco imposto per il biennio 2005-2006, tende a ridurre gradualmente il proprio peso sul complesso delle risorse del sistema. Già oggi le entrate generate dalle varie forme di televisione a pagamento superano quelle derivanti dal canone di abbonamento.

Storicamente, il parametro utilizzato per l'adeguamento della risorsa pubblica è stato il tasso di inflazione programmata, neanche quella effettiva, e quindi oltre a non consentire alla concessionaria di recuperare per intero la dinamica inflattiva del sistema Paese non considera la notevole pressione sui fattori produttivi determinata dall'accresciuto livello di competizione nel mercato della comunicazione che si riscontra ormai da diversi anni. Il canone italiano rimane il più basso nell'Europa occidentale.

Va peraltro sottolineato come nel nostro Paese, nonostante le azioni poste in essere dalla Rai per contenere tale fenomeno, stime attendibili evidenzino un tasso di evasione prossimo al 25%, di gran lunga il più alto in Europa, dove il fenomeno è di entità pari mediamente all'8%, con un livello minimo del 5% nel Regno Unito.

A tale riguardo sarebbe auspicabile l'introduzione nel nostro sistema normativo di misure che consentano una più efficace azione di lotta

all'evasione, misure peraltro più volte sollecitate dalla Rai ai competenti organi istituzionali.

Nel prossimo futuro il mercato italiano continuerà comunque a essere finanziato principalmente dalla pubblicità. La crescita stimata sarà comunque imputabile non tanto ai principali broadcaster terrestri, per i quali gli spazi di ulteriore rafforzamento sono fortemente contingentati dai limiti di affollamento, e quindi vicino a saturazione, quanto piuttosto al monopolio satellitare e ad altri nuovi editori destinati ad affacciarsi sul mercato televisivo italiano.

Tuttavia anche la risorsa pubblicitaria si muoverà verso una diminuzione della propria incidenza tra le fonti di finanziamento del sistema televisivo, da un lato a vantaggio dei ricavi della pay TV dall'altro a causa di uno spostamento degli investimenti su altri nuovi media emergenti.

La progressiva contrazione dei ricavi da inserzioni commerciali nel settore televisivo si evidenzia negli ultimi due anni anche in relazione ai servizi pubblici.

In un confronto a livello europeo tra i principali operatori si rileva, infatti, una diminuzione comune di tale risorsa se pur con dimensioni diverse da paese a paese a fronte di ascolti piuttosto stabili se non addirittura migliorativi come nel caso della Rai.

Il quadro normativo e regolamentare

Il 2006 non è stato caratterizzato da interventi normativi di fonte primaria concernenti il settore televisivo e in particolare quello della concessionaria pubblica del servizio radiotelevisivo, a differenza dell'anno precedente, che aveva visto la compilazione del Testo Unico della radiotelevisione nonché di quello ancora antecedente con l'approvazione della Legge n. 112 del 3 maggio 2004.

Le novità introdotte dal primo Contratto di Servizio previsto dalla Legge n. 112/04 sono state illustrate nell'apposito paragrafo.

Mercato delle infrastrutture radiotelevisive

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con delibera 61/06/CONS, ha presentato una proposta di provvedimento relativa al mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione Commissione Europea dell'11 febbraio 2003).

Nel documento sottoposto a consultazione pubblica, l'Autorità ha individuato tre mercati rilevanti:

- mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica;
- mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica digitale;
- mercato nazionale di servizi di diffusione radiofonica su piattaforma terrestre in tecnica analogica.

Per quanto riguarda la valutazione del significativo potere di mercato, l'analisi delle condizioni strutturali del mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica rileva l'esistenza di un livello di concorrenza ancora insufficiente.

In particolare, le valutazioni circa le quote di mercato (livello attuale e trend) detenute e l'analisi delle caratteristiche strutturali della domanda di mercato e dell'offerta (barriera all'entrata e all'espansione, integrazione verticale, condizioni di accesso alle risorse finanziarie) hanno portato l'Autorità a ritenere che la Rai e RTI usufruiscano di un netto vantaggio rispetto ai concorrenti per quanto concerne il controllo delle infrastrutture difficili da duplicare e del mercato a valle della raccolta pubblicitaria, disponendo inoltre di ingenti risorse finanziarie.

L'Autorità ha quindi verificato l'esistenza di una posizione dominante collettiva concludendo che Rai e RTI si trovano in una posizione di dominanza collettiva conseguentemente alla presenza di analoghe quote di mercato detenute dalle suddette imprese, all'assenza di una concorrenza sui prezzi e alla presenza di una competizione basata interamente sulla capacità diffusiva.

Interventi a tutela del pluralismo

Come è noto, nel corso del 2005, con la delibera n. 136/05/CONS, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, aveva *'accertato che'* (anche) per il periodo oggetto di analisi (il triennio 2001-2003) *'il mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento continua ad essere caratterizzato da una struttura duopolistica in capo alle società*

Rai Spa e RTI S.p.A. con la collegata Publitalia'80 S.p.A.' e ha ritenuto necessario adottare *'misure rimediale'* in prevenzione, prescrivendo per la Concessionaria pubblica (ma anche per RTI) l'obbligo di accelerare la digitalizzazione delle reti televisive terrestri anche mediante la predisposizione in tecnica digitale di tutti gli impianti operanti in tecnica analogica e l'obbligo di riservare capacità trasmissiva digitale a fornitori indipendenti di contenuti, nell'ambito della quota del 40% di cui alla legge n. 66/2001.

Nei soli confronti di Rai, inoltre, l'obbligo di contribuire alla maggiore diffusione della tecnologia digitale terrestre per il tramite di un nuovo programma generalista attrattivo in termini di audience e privo di pubblicità su reti digitali terrestri.

La delibera - che presentava profili di illegittimità sia in relazione ai principi di irretroattività e al *ne bis in idem* sia per altri vizi tra i quali l'erroneità della definizione del mercato rilevante adottata e dell'attribuzione della posizione dominante alla Rai - è stata impugnata dinanzi al TAR del Lazio con ricorso del 4 maggio 2005.

Successivamente, l'Autorità ha approvato tre provvedimenti (nn. 264/05/CONS; 01/06/CONS e 322/06/CONS) - due dei quali nel corso del 2006 - al fine di dare partitamente attuazione alle *'misure rimediale'* di cui alla delibera *'madre'* n. 136/05/CONS.

In particolare, dopo la prima delibera attuativa n. 264/05/CONS, risalente al 6 luglio 2005, relativa alla cessione obbligatoria di capacità trasmissiva delle emittenti televisive in tecnica digitale a fornitori indipendenti di contenuti, impugnata dalla Rai

nell'ambito del citato ricorso avverso la richiamata delibera n. 136, mediante proposizione di motivi aggiunti, l'Autorità, nel periodo di tempo che qui interessa:

° con la delibera n. 01/06/CONS (canale generalista senza pubblicità attrattivo in termini di audience) aveva diffidato la Rai a 'cessare dal comportamento omissivo' - presuntamente serbato per il fatto di non aver predisposto, in asserita attuazione della delibera n. 136/05/CONS, il piano editoriale di un nuovo programma generalista attrattivo in termini di audience e privo di pubblicità su reti digitali terrestri - e aveva pertanto ordinato alla Rai di produrre all'Autorità il suddetto piano entro 30 giorni dalla notifica dell'atto, sotto comminatoria dell'avvio di un procedimento per inottemperanza al fine dell'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria non inferiore al 2% e non superiore al 5%. La Rai ha impugnato la delibera dinanzi al Tar chiedendone anche la sospensione in via cautelare. Con particolare riguardo alla richiesta di sospensione, la difesa della Rai ha fatto rimarcare che l'obbligo di istituire detto canale - a prescindere dalla sua illegittima imposizione - era condizionato alla previa approvazione delle linee-guida per la stipula del contratto di servizio che l'Autorità avrebbe dovuto deliberare d'intesa con il Ministero delle Comunicazioni. In accoglimento delle spiegate difese, il TAR ha disposto la sospensione del provvedimento con una ordinanza ampiamente motivata, avendo il Giudice ritenuto - a una prima deliberazione - fondato il ricorso della Rai;

° con la delibera n. 322/06/CONS ha approvato (anche) il piano tecnico di sviluppo del digitale presentato dalla Rai il 30 giugno 2005, ai sensi della

delibera n. 136/05/CONS, ma con una serie di variazioni non concordate, in gran parte tratte dall'Atto di indirizzo n. 163/06/CONS. La delibera - che non teneva conto della sopravvenienza legislativa che ha differito il termine di switch-off da analogico a digitale con conseguente riarticolazione della tempistica, nel rapporto di proporzionalità tra mezzi e fini; disponeva in eventum con prescrizioni condizionate all'assegnazione delle frequenze e all'adozione del PNAF; non considerava che la Rai agisce per concessione del servizio pubblico ex lege e non per licenza commerciale; prefigurava obblighi in futurum circa le modifiche tecniche e l'utilizzazione di frequenze in relazione a una pianificazione ancora in itinere; predeterminava la sorte delle frequenze analogiche residue in senso oblativo rispetto all'attuale titolarità; ha imposto alla Rai tempi e modi della 'transizione al digitale' che non sono previsti dalla legge né dal contratto di servizio - è stata impugnata davanti al TAR del Lazio che, con sentenza del 15 febbraio 2007, l'ha rigettato, previa riunione con il ricorso relativo alla delibera n. 136.

Televisione Digitale Terrestre

Con delibera n. 163/06/CONS, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha approvato l'atto di indirizzo recante l'approvazione di un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi, nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale.

Tale programma prevede la necessità di un aggiornamento della regolamentazione della televisione

digitale terrestre (di cui alla delibera n. 435/01/CONS) al fine di rendere effettiva e sostanziale la cessione del 40% della capacità trasmissiva dei multiplex da destinare a terzi (prevista dalla legge fino alla completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze) e individua alcuni criteri volti ad assicurare la concorrenza e il pluralismo e che promuovono l'innovazione e la produttività delle imprese.

L'atto di indirizzo prevede inoltre:

- ° l'istituzione del catasto delle frequenze, per conoscere lo stato dell'esistente;
- ° l'avvio della revisione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze, verificando in particolare la possibilità di ampliare il numero di reti nazionali;
- ° la realizzazione di un piano di attuazione progressivo, che tenga conto anche della situazione interferenziale con le trasmissioni estere, risolvendo così i casi di incompatibilità.

L'atto di indirizzo, infine, prevede l'aggiornamento della regolamentazione della televisione digitale terrestre con particolare riferimento alla messa a punto della disciplina applicabile alle trasmissioni DVB-H e ad Alta Definizione.

Incompatibilità ex art. 2, comma 9, l. 481/95

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, nel gennaio 2006, ha avviato nei confronti della Rai (e del Dott. Meocci) un procedimento sanzionatorio per violazione dell'art. 2, comma 9, della l. n. 481 del 1995, che sarebbe stata realizzata a causa della nomina del Dott. Meocci medesimo alla carica di Direttore Generale, conclusosi

con delibera n. 221/06/CONS del 27 aprile 2006 con la quale è stata inflitta alla Rai la sanzione amministrativa pecuniaria di euro 14.379.307/00.

Avverso la citata delibera la Rai ha proposto ricorso al TAR - lamentando l'illegittimità della delibera stessa per vizi sostanziali e formali (dell'atto e del procedimento) - che l'ha rigettato con sentenza 21 luglio 2006, n. 6181.

Avverso tale sentenza è stato proposto ricorso in appello al Consiglio di Stato; con sentenza n. 341/2007, pubblicata integralmente per deposito il 30 gennaio 2007, il Consiglio di Stato, riunito il ricorso della Rai con quello personale del Dott. Meocci, li ha rigettati entrambi.

Il punto nodale della questione sta nel fatto che tanto l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, quanto il TAR in primo grado e il Consiglio di Stato in appello hanno convenuto sul fatto che la norma sull'incompatibilità (art. 2, comma 9, della l. n. 481 del 1995) non impediva, letta alla luce dell'art. 51 della Costituzione, che il Dott. Meocci riprendesse a pieno titolo il rapporto di lavoro con la Rai - sospeso per aspettativa su invito della stessa Autorità indipendente all'atto di assumere il mandato elettivo di suo componente - dopo la scadenza del mandato stesso: la quaestio deliberandi prima e decidendi poi, atteneva propriamente alla possibilità che, a rapporto ripreso, all'interessato potessero attribuirsi funzioni di Direttore Generale.

La Rai nel confronto europeo

In tutti i paesi europei è presente un operatore del Servizio Pubblico finanziato dal canone - e quindi direttamente dai cittadini - con l'esclusione della Spagna dove l'operatore RTVE è finanziato direttamente dal governo.

Il canone unitario varia sensibilmente da paese a paese ma, indubbiamente, appare evidente, come già ricordato, che il canone Rai è il più basso d'Europa, dato particolarmente significativo tenuto conto della qualità e quantità dell'offerta del Servizio Pubblico italiano in linea con le best practice a livello europeo.

Qualità e quantità della programmazione confermate dal dato di ascolto della Rai nel giorno medio che, nel 2006, si posiziona in testa alla classifica degli ascolti dei Servizi Pubblici con il **43,88%** di share nel giorno medio.

Highlights Servizi Pubblici europei

	BBC (Regno Unito)	ARD/ZDF (Germania)	France Television (Francia)	RTVE (Spagna)	Rai (Italia)
Canali generalisti (2006)	2	3	3	2	3
Canali Tematici (2006)	27	13	10	6	14
Canali radiofonici nazionali (2006)	5 analogici 10 digitali	2 nazionali 60 regionali	-	6	5
Share nel giorno medio (2006)	34,9 % ^(*)	41,3%	37,1%	23,1 %	43,6%
Canone di abbonamento (Euro)	192,0	204,4	116 fin. govern.		99,6

(fonte e-media, Eurodata, Auditel)

^(*) dato relativo al periodo Aprile 2005 - Marzo 2006 - dati intera giornata

PAGINA BIANCA