

## COMMISSIONE PARLAMENTARE

### per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

#### S O M M A R I O

Sulla pubblicità dei lavori .....	176
ATTIVITÀ DI INDIRIZZO E VIGILANZA:	
Esame dello schema di delibera recante « Disposizioni in materia di comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica indette per il giorno 25 settembre 2022 » (Esame e approvazione) .....	176
ALLEGATO 1 (Testo approvato dalla Commissione nella seduta del 2 agosto 2022) .....	179
Convocazione di una ulteriore seduta .....	177
Sulla pubblicazione dei quesiti .....	177
ALLEGATO 2 (Quesiti per i quali è pervenuta risposta scritta alla presidenza della Commissione (dal n. 471/2333 al n. 472/2334) .....	190
Sulla pubblicità dei lavori .....	178
PROCEDURE INFORMATIVE:	
Seguito e conclusione dell'indagine conoscitiva sui modelli di <i>governance</i> e sul ruolo del Servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo (Approvazione del documento conclusivo) .....	178
ALLEGATO 3 (Documento conclusivo dell'indagine conoscitiva sui i modelli di <i>governance</i> e il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo) .....	198
Sconvocazione della seduta notturna .....	178

Martedì 2 agosto 2022. – Presidenza del presidente BARACHINI.

**La seduta comincia alle 14.35.**

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

Sulla pubblicità dei lavori.

Il PRESIDENTE comunica che ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento

della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

#### ATTIVITÀ DI INDIRIZZO E VIGILANZA

Esame dello schema di delibera recante « Disposizioni in materia di comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per le ele-

**zioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica indette per il giorno 25 settembre 2022».**

*(Esame e approvazione).*

Il PRESIDENTE informa che il testo della proposta di delibera sulla campagna elettorale relativa alle elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica indette per il giorno 25 settembre 2022 è stato predisposto, come di consueto, considerate la prassi e l'esperienza applicativa pregresse e le precedenti deliberazioni.

Tenuto conto delle particolari esigenze di celerità nel disciplinare la comunicazione politica per la campagna elettorale derivanti dallo scioglimento anticipato delle Camere e in considerazione dei conseguenti adempimenti, se non vi sono osservazioni, si procederà al voto della proposta di delibera in esame.

Il deputato MOLLICONE (FDI), pur preannunciando un voto favorevole, evidenzia come vi sia, a suo avviso, uno squilibrio nei contenuti informativi della RAI e chiede che la Commissione inviti formalmente l'Azienda a rispettare il principio della *par condicio* anche prima dell'entrata in vigore della delibera.

La senatrice FEDELI (PD) nota come l'esigenza richiamata debba applicarsi a tutte le forze politiche.

Il deputato ANZALDI (IV-IC'È) chiede, con l'occasione, di richiamare anche al rispetto della risoluzione in materia di utilizzo dei *social media* approvata dalla Commissione il 9 ottobre 2019: la concomitanza della campagna elettorale con il periodo estivo determinerà infatti un ruolo preponderante di questi canali di comunicazione.

Il PRESIDENTE, condividendo i rilievi avanzati, assicura che li includerà nella lettera di trasmissione della delibera all'Amministratore delegato della RAI.

Non essendovi ulteriori osservazioni lo schema di delibera in titolo, pubblicato in

allegato, previa verifica del numero legale, è posto ai voti e approvato con la prescritta maggioranza.

La Presidenza si intende autorizzata ad apportare le eventuali correzioni di forma e le modificazioni di coordinamento che appaiano opportune.

#### **Convocazione di una ulteriore seduta.**

Il PRESIDENTE propone, se non vi sono osservazioni, di convocare un'ulteriore seduta al termine di quella in corso con all'ordine del giorno l'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo, al fine di porre ai voti il documento conclusivo, già trasmesso a suo tempo ai commissari. In questo modo sarebbe possibile concludere, anche formalmente, un lavoro proficuo svolto dalla Commissione.

La Commissione conviene.

#### **Sulla pubblicazione dei quesiti.**

Il PRESIDENTE comunica che sono pubblicati in allegato, ai sensi della risoluzione relativa all'esercizio della potestà di vigilanza della Commissione sulla società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, approvata dalla Commissione il 18 marzo del 2015, i quesiti dal n. 473/2340 al n. 479/2355 per i quali sono pervenute per i quali è pervenuta risposta scritta alla Presidenza della Commissione (*vedi allegato*).

#### **La seduta termina alle 14.45.**

*Martedì 2 agosto 2022. – Presidenza del presidente BARACHINI.*

#### **La seduta comincia alle 14.45.**

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

**Sulla pubblicità dei lavori.**

Il PRESIDENTE comunica che ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori sarà assicurata mediante l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso.

**PROCEDURE INFORMATIVE**

**Seguito e conclusione dell'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del Servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo.**

*(Approvazione del documento conclusivo).*

Non essendovi osservazioni né interventi per dichiarazione di voto, il PRESI-

DENTE, previa verifica della presenza del prescritto numero di componenti, pone ai voti il documento conclusivo dell'indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del Servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo, pubblicato in allegato, che è approvato dalla Commissione.

**Sconvoazione della seduta notturna.**

Il PRESIDENTE comunica che la seduta già convocata per oggi alle ore 20 non avrà luogo.

La Commissione prende atto.

**La seduta termina alle 14.50.**

## ALLEGATO 1

**Disposizioni in materia di comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione della società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale in relazione alla campagna per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica indette per il giorno 25 settembre 2022. Documento n. 18.**

**TESTO APPROVATO DALLA COMMISSIONE NELLA SEDUTA DEL 2 AGOSTO 2022**

La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi:

visti gli articoli 1 e 4 della legge 14 aprile 1975, n. 103 e successive modificazioni e integrazioni;

visto l'articolo 19 della legge 21 marzo 1990, n. 53, per l'illustrazione delle fasi del procedimento elettorale;

vista la legge 10 dicembre 1993, n. 515, recante « *Disciplina delle campagne elettorali per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica* » e successive modificazioni e integrazioni;

vista la legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante « *Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica* » e successive modificazioni e integrazioni;

vista la legge 20 luglio 2004, n. 215, recante « *Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi* » e successive modificazioni e integrazioni;

visto il decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, concernente « *Approvazione del testo unico delle leggi recanti norme per l'elezione della Camera dei deputati* », e successive modificazioni e integrazioni;

visto il decreto legislativo 20 dicembre 1993, n. 533, concernente « *Testo unico delle leggi recanti norme per l'elezione del Senato della Repubblica* », e successive modificazioni e integrazioni;

visti quanto alla tutela del pluralismo, dell'imparzialità, dell'indipendenza, dell'obiettività e dell'apertura alle diverse forze politiche nel sistema radiotelevisivo, nonché alla tutela delle pari opportunità tra uomini e donne, l'articolo 4 del testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi, approvato con decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, nonché gli atti di indirizzo approvati dalla Commissione, in particolare, il 13 febbraio e il 30 luglio 1997, nonché l'11 marzo 2003;

visto il decreto del Presidente della Repubblica 21 luglio 2022, n. 96 di scioglimento del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 169 del 21 luglio 2022;

visto il decreto del Presidente della Repubblica 21 luglio 2022, n. 97 di convocazione dei comizi elettorali per il rinnovo del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati nel giorno di domenica 25 settembre 2022 pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 169 del 21 luglio 2022;

consultata l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai sensi della legge 22 febbraio 2000, n. 28 e successive modificazioni e integrazioni;

considerata la prassi pregressa e i precedenti di proprie deliberazioni riferite alla disciplina di analoghi periodi, nonché l'esperienza applicativa di tali disposizioni;

tenuto conto delle particolari esigenze di celerità nel disciplinare la comunica-

zione politica per la campagna per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica derivanti dallo scioglimento anticipato delle Camere,

#### DISPONE

nei confronti della RAI Radiotelevisione italiana S.p.A., società concessionaria del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, come di seguito:

#### Articolo 1.

*(Ambito di applicazione e disposizioni comuni a tutte le trasmissioni).*

1. Le disposizioni del presente provvedimento, finalizzate a dare concreta attuazione ai principi del pluralismo, dell'imparzialità, dell'indipendenza, dell'obiettività e della completezza del sistema radiotelevisivo, nonché ai diritti riconosciuti ai soggetti politici dagli articoli 4 e 5 della legge 22 febbraio 2000 n. 28, si riferiscono alle campagne per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica indette per il giorno 25 settembre 2022.

2. Tali disposizioni si applicano dall'indizione dei comizi elettorali e cessano di avere efficacia alla mezzanotte dell'ultimo giorno di votazione relativo alle consultazioni di cui al comma 1.

3. In caso di coincidenza territoriale e temporale, anche parziale, delle campagne elettorali di cui alla presente delibera con altre consultazioni elettorali regionali, amministrative o referendarie, saranno applicate le disposizioni di attuazione della legge 22 febbraio 2000, n. 28, relative a ciascun tipo di consultazione.

#### Articolo 2.

*(Tipologia della programmazione RAI in periodo elettorale).*

1. Nel periodo di vigenza della presente delibera, la programmazione radiotelevisiva della RAI, avente ad oggetto le trasmissioni di cui al presente provvedimento, ha luogo in sede nazionale per le elezioni

politiche esclusivamente nelle forme e con le modalità indicate di seguito:

a) la comunicazione politica, di cui all'articolo 4, comma 1, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, può effettuarsi mediante forme di contraddittorio, interviste e ogni altra forma che consenta il raffronto in condizioni di parità tra i soggetti politici aventi diritto ai sensi dell'articolo 3 della presente delibera. Essa si realizza mediante le tribune di cui all'articolo 6 disposte dalla Commissione e le eventuali ulteriori trasmissioni televisive e radiofoniche autonomamente disposte dalla RAI, di cui all'articolo 3. Le trasmissioni possono prevedere anche la partecipazione di giornalisti e giornaliste che rivolgono domande ai partecipanti;

b) i messaggi politici autogestiti di cui all'articolo 4, comma 3, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, che sono realizzati con le modalità di cui all'articolo 7;

c) l'informazione è assicurata, secondo i principi di cui all'articolo 5 della legge 22 febbraio 2000, n. 28, e nelle modalità previste dal successivo articolo 4, mediante i telegiornali, i giornali radio, i notiziari, i relativi approfondimenti e ogni altro programma di contenuto informativo a rilevante caratterizzazione giornalistica, correlati ai temi dell'attualità e della cronaca, purché la loro responsabilità sia ricondotta a quella di specifiche testate giornalistiche registrate ai sensi dell'articolo 35 del testo unico dei servizi dei media audiovisivi approvato con decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208. È indispensabile garantire, laddove il format della trasmissione preveda l'intervento di un giornalista o di un opinionista a sostegno di una tesi, uno spazio adeguato anche alla rappresentazione di altre sensibilità culturali in ossequio al principio non solo del pluralismo, ma anche del contraddittorio, della completezza e dell'oggettività dell'informazione stessa, garantendo in ogni caso la verifica terza e puntuale di dati e informazioni emersi dal confronto;

d) in tutte le altre trasmissioni della programmazione nazionale della RAI non

è ammessa, ad alcun titolo, la presenza di candidati, di esponenti politici o comunque di persone chiaramente riconducibili ai partiti e alle liste concorrenti per il ruolo che ricoprono o hanno ricoperto nelle istituzioni nell'ultimo anno, e non possono essere trattati temi di evidente rilevanza elettorale né che riguardino vicende o fatti personali di personaggi politici.

2. Al fine di contrastare la sottorappresentazione delle donne in politica e di garantire, ai sensi dell'articolo 1, comma 2-*bis*, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, il rispetto dei principi di cui all'articolo 51, primo comma, della Costituzione, nelle trasmissioni di cui alle lettere *a)*, *b)* e *c)* del comma 1 è sempre assicurata la più ampia ed equilibrata presenza di entrambi i sessi. La Commissione parlamentare vigila sulla corretta applicazione del principio delle pari opportunità di genere in tutte le trasmissioni indicate nella presente delibera.

### Articolo 3.

*(Soggetti legittimati alle trasmissioni).*

1. Nel periodo di vigenza della presente delibera la RAI programma trasmissioni di comunicazione politica a diffusione nazionale.

2. Nelle trasmissioni di comunicazione politica di cui al comma 1, nel periodo compreso tra la data di pubblicazione della presente delibera nella *Gazzetta Ufficiale* e quella del termine di presentazione delle candidature, è garantito l'accesso:

*a)* alle forze politiche che, al momento dello scioglimento delle Camere, costituiscono gruppo in almeno un ramo del Parlamento nazionale; per i gruppi parlamentari composti da forze politiche distinte, o rappresentate da sigle diverse, il presidente del gruppo individua, secondo criteri che contemperino le esigenze di rappresentatività con quelle di pariteticità, le forze politiche che di volta in volta rappresenteranno il gruppo;

*b)* alle forze politiche, diverse da quelle di cui alla lettera *a)*, che hanno eletto con

proprio simbolo almeno due rappresentanti dell'Italia al Parlamento europeo;

*c)* al gruppo misto della Camera dei deputati e al gruppo misto del Senato della Repubblica, i cui Presidenti individuano d'intesa fra loro, secondo criteri che contemperino le esigenze di rappresentatività con quelle di pariteticità, le forze politiche diverse da quelle di cui alle lettere *a)* e *b)*, che di volta in volta rappresenteranno i due gruppi;

*d)* alle forze politiche, diverse da quelle di cui alle lettere *a)*, *b)* e *c)*, che hanno eletto con proprio simbolo almeno un rappresentante nel Parlamento nazionale e che sono oggettivamente riferibili a una delle minoranze linguistiche indicate dall'articolo 2 della legge 15 dicembre 1999, n. 482.

3. Nelle trasmissioni di cui al comma 1 del presente articolo e di cui all'articolo 6, i tempi sono ripartiti per il 50 per cento e in modo paritario tra i soggetti di cui al comma 2, lettere *a)*, *b)* e *c)* e per il 50 per cento tra i soggetti di cui al comma 2, lettere *a)*, *b)*, *c)* e *d)*, in proporzione alla loro forza parlamentare.

4. Nel periodo compreso tra la scadenza del termine per la presentazione delle candidature e la mezzanotte del secondo giorno precedente la data delle elezioni, nelle trasmissioni di comunicazione politica di cui al presente articolo è garantito l'accesso: *a)* alle coalizioni di cui all'articolo 14-*bis* del decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, presenti con il medesimo simbolo in ambiti territoriali tali da interessare complessivamente almeno un quarto del totale degli elettori; *b)* alle liste di candidati di cui all'articolo 14 del decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, che sono presenti con il medesimo simbolo in ambiti territoriali tali da interessare complessivamente almeno un quarto del totale degli elettori ovvero che sono rappresentative di minoranze linguistiche riconosciute. Le liste riferite a minoranze linguistiche, ancorché presenti in una sola circoscrizione, hanno diritto a spazi nelle trasmissioni di comu-

nicazione politica irradiate esclusivamente nelle regioni ove è presente la minoranza linguistica stessa.

5. Il tempo disponibile è ripartito con criterio paritario tra le coalizioni di cui al comma 4, lettera *a*) e tra le liste di cui al comma 4, lettera *b*).

6. In relazione al numero dei partecipanti e agli spazi disponibili, il principio delle pari opportunità tra gli aventi diritto, anche con riferimento all'equilibrata presenza di genere ai sensi dell'articolo 1, comma 2-*bis*, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, può essere realizzato, oltre che nell'ambito della medesima trasmissione, anche nell'ambito di un ciclo di più trasmissioni, purché ciascuna di queste abbia analoghe opportunità di ascolto. In ogni caso, la ripartizione degli spazi nelle trasmissioni di comunicazione politica nei confronti degli aventi diritto deve essere effettuata su base settimanale, garantendo l'applicazione dei principi di equità e di parità di trattamento, e procedendo comunque entro la settimana successiva a operare in modo effettivo le compensazioni che dovessero rendersi necessarie.

7. Al fine di mantenere i rapporti con la RAI che si rendono necessari per lo svolgimento delle trasmissioni di comunicazione politica di cui al presente articolo gli aventi diritto indicano un loro rappresentante.

8. La responsabilità delle trasmissioni di cui al presente articolo deve essere ricondotta a quella di specifiche testate giornalistiche registrate ai sensi dell'articolo 10, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223.

#### Articolo 4.

##### *(Informazione).*

1. Sono programmi di informazione i telegiornali, i giornali radio, i notiziari, le rassegne stampa e ogni altro programma di contenuto informativo, a rilevante presentazione giornalistica, caratterizzato dalla correlazione ai temi dell'attualità e della cronaca.

2. Nel periodo di vigenza della presente delibera, i notiziari e le rassegne stampa

diffuse dalla RAI e tutti gli altri programmi a contenuto informativo debbono garantire la presenza paritaria, coerentemente con quanto previsto dall'articolo 5 della legge n. 28 del 2000, dei soggetti politici di cui all'articolo 3 della presente delibera, uniformandosi con particolare rigore ai criteri di tutela del pluralismo, della completezza, della imparzialità, della obiettività, dell'equilibrata rappresentanza di genere e di parità di trattamento tra le diverse forze politiche, evitando di determinare, anche indirettamente, situazioni di vantaggio o svantaggio per determinate forze politiche. I direttori responsabili dei notiziari sono tenuti ad acquisire settimanalmente i dati del monitoraggio del pluralismo relativi alla testata diretta dall'istituto cui fa riferimento l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

3. In particolare, i direttori responsabili dei programmi di cui al presente articolo, nonché i loro conduttori e registi, osservano in maniera rigorosa ogni cautela volta a dare attuazione al precedente comma 2, considerando non solo le presenze e le posizioni di candidati, di esponenti politici o comunque di persone chiaramente riconducibili ai partiti e alle liste concorrenti per il ruolo che ricoprono o hanno ricoperto nelle istituzioni nell'ultimo anno, ma anche le posizioni di contenuto politico espresse da soggetti e persone non direttamente partecipanti alla competizione elettorale. Essi curano che l'organizzazione e lo svolgimento del programma, anche con riferimento ai contributi filmati, alla ricostruzione delle vicende narrate, alla composizione e al comportamento del pubblico in studio, risultino inequivocabilmente finalizzati ad assicurare il rispetto dei criteri di cui al comma 2. Essi curano inoltre che gli utenti non siano oggettivamente nella condizione di poter attribuire, in base alla conduzione del programma, specifici orientamenti politici ai conduttori o alla testata, e che, nei notiziari propriamente detti, non si determini un uso ingiustificato di riprese con presenza diretta di membri del Governo, di esponenti politici o comunque di persone chiaramente riconducibili ai partiti e alle liste concorrenti per il ruolo che

ricoprono o hanno ricoperto nelle istituzioni nell'ultimo anno. Infine, essi osservano comunque in maniera particolarmente rigorosa ogni cautela atta a evitare che si determinino situazioni di vantaggio per determinate forze politiche o determinati competitori elettorali, prestando anche la massima attenzione alla scelta degli esponenti politici invitati e alle posizioni di contenuto politico espresse dagli altri ospiti; a tal fine, deve essere garantito il contraddittorio in condizioni di effettiva parità, in assenza del quale non possono essere trattati temi di chiara rilevanza politica ovvero che riguardino vicende o fatti personali di personaggi politici. Qualora il format del programma di informazione non preveda il contraddittorio di cui al periodo precedente, il direttore di testata stabilisce in via preliminare l'alternanza e la parità delle presenze tra i diversi soggetti politici in competizione, che è tenuto a rendere pubbliche entro due giorni dall'entrata in vigore della presente delibera.

4. Per quanto riguarda i programmi di informazione di cui al presente articolo, i rappresentanti delle istituzioni partecipano secondo le regole stabilite dalla legge n. 28 del 2000 per tutti i candidati e gli esponenti politici, salvo nei casi in cui intervengano su materie inerenti all'esclusivo esercizio delle funzioni istituzionali svolte.

5. La parità di trattamento all'interno dei programmi di cui al comma 1 è garantita anche tenendo conto della collocazione oraria delle trasmissioni.

6. Nel periodo disciplinato dalla presente delibera i programmi di approfondimento informativo, qualora in essi assuma carattere rilevante l'esposizione di opinioni e valutazioni politico-elettorali, sono tenuti a garantire la più ampia ed equilibrata presenza e possibilità di espressione ai diversi soggetti politici.

7. In tutte le trasmissioni radiotelevisive diverse da quelle di comunicazione politica, dai messaggi politici autogestiti e dai programmi di informazione ricondotti sotto la responsabilità di specifiche testate giornalistiche, non è ammessa, ad alcun titolo, la presenza di candidati o di esponenti politici o di persone chiaramente ricondu-

cibili a soggetti politici, a partiti e alle liste concorrenti e non possono essere trattati temi di evidente rilevanza politica ed elettorale, né che riguardino vicende o fatti personali di personaggi politici.

8. Il rispetto delle condizioni di cui ai commi precedenti e il ripristino di eventuali squilibri accertati è assicurato d'ufficio dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche su segnalazione della parte interessata e/o della Commissione parlamentare secondo quanto previsto dalle norme vigenti.

#### Articolo 5.

*(Illustrazione delle modalità di voto e presentazione delle liste).*

1. Nel periodo compreso tra la data di entrata in vigore della presente delibera e quella del termine di presentazione delle candidature, la RAI predispone e trasmette, anche nei suoi siti *web*, una scheda televisiva e una radiofonica, nonché una o più pagine televideo, che illustrano gli adempimenti previsti per la presentazione delle candidature e la sottoscrizione delle liste.

2. Nel periodo compreso tra la scadenza del termine per la presentazione delle candidature e la mezzanotte del secondo giorno precedente la data delle elezioni, la RAI predispone e trasmette schede televisive e radiofoniche che illustrano le principali caratteristiche delle consultazioni in oggetto, con particolare riferimento ai sistemi elettorali e alle modalità di espressione del voto.

3. Nell'ambito delle schede informative di cui al comma 2 sono altresì illustrate le speciali modalità di voto previste per gli elettori affetti da disabilità, con particolare riferimento a quelle previste per i malati intrasportabili.

4. Le schede o i programmi di cui al presente articolo sono trasmessi anche immediatamente prima o dopo i principali notiziari e tribune, prevedendo la traduzione simultanea nella lingua dei segni che le renda fruibili alle persone non udenti.

5. Le schede di cui al presente articolo sono messe a disposizione on line per la

trasmissione gratuita da parte delle emittenti televisive e radiofoniche nazionali e locali disponibili, oltre a essere caricate *on line* sui principali siti di video *sharing* gratuiti.

#### Articolo 6.

*(Tribune elettorali).*

1. In riferimento alle elezioni disciplinate dalla presente delibera, la RAI trasmette, nelle fasce orarie di buon ascolto, comunque evitando la coincidenza con altri programmi a contenuto informativo, tribune politico-elettorali, televisive e radiofoniche, ciascuna di durata preferibilmente non superiore ai quaranta minuti, organizzate con la formula del confronto tra un numero di partecipanti compreso fra tre e sei, e di norma, se possibile, fra quattro partecipanti, curando comunque di assicurare un rapporto equilibrato fra i rappresentanti di lista e raccomandando l'attenzione all'equilibrio di genere tra le presenze.

2. Alle tribune, trasmesse anteriormente alla scadenza del termine per la presentazione delle candidature, prende parte un rappresentante per ciascuno dei soggetti politici individuati all'articolo 3, comma 2, secondo quanto stabilito all'articolo 3, comma 3.

3. Alle tribune di cui al comma 2, trasmesse nel periodo compreso tra la scadenza del termine per la presentazione delle candidature e la mezzanotte del secondo giorno precedente la data delle elezioni, prende parte un rappresentante per ciascuno dei soggetti politici individuati all'articolo 3, comma 4, secondo quanto stabilito all'articolo 3, comma 5.

4. Alle trasmissioni di cui al presente articolo si applicano inoltre le disposizioni di cui all'articolo 4, commi 7 e 8.

5. Le tribune di cui al comma 2, di norma, sono trasmesse dalla sede di Roma della RAI.

6. La ripartizione degli aventi diritto nelle trasmissioni di cui al presente articolo ha luogo mediante sorteggio a cui possono assistere i rappresentanti designati dei sog-

getti aventi diritto, e per il quale la RAI può proporre criteri di ponderazione. Al sorteggio saranno estratte le sole liste ammesse. La RAI prevede appositi spazi da riservare alle liste non ammesse nel caso di eventuale accoglimento in via definitiva di ricorsi da esse presentati.

7. L'organizzazione e la conduzione delle trasmissioni radiofoniche, nonché la loro collocazione in palinsesto, devono conformarsi quanto più possibile alle trasmissioni televisive, tenendo conto delle relative specificità dei due mezzi.

8. Tutte le tribune sono trasmesse di regola in diretta, salvo diverso accordo tra tutti i partecipanti; se sono registrate, la registrazione è effettuata nelle 24 ore precedenti la messa in onda, e avviene contestualmente per tutti i soggetti che prendono parte alla trasmissione. Qualora le tribune non siano riprese in diretta, il conduttore ha l'obbligo, all'inizio della trasmissione, di dichiarare che si tratta di una registrazione.

9. L'eventuale rinuncia o assenza di un soggetto avente diritto a partecipare alle tribune non pregiudica la facoltà degli altri di intervenire, anche nella medesima trasmissione, ma non determina un accrescimento del tempo loro spettante. Nelle trasmissioni interessate è fatta menzione della rinuncia o assenza.

10. La ripresa o la registrazione delle tribune da sedi diverse da quelle indicate nel presente provvedimento è possibile col consenso di tutti gli aventi diritto e della RAI.

11. Le ulteriori modalità di svolgimento delle tribune sono delegate alle direzioni delle testate competenti, che riferiscono alla Commissione parlamentare tutte le volte che lo ritengono necessario o che ne viene fatta richiesta. Si applicano in proposito le disposizioni dell'articolo 14.

#### Articolo 7.

*(Messaggi autogestiti).*

1. Dalla data di presentazione delle candidature la RAI trasmette sulle reti nazionali messaggi politici autogestiti di cui al-

l'articolo 4, comma 3, della legge 22 febbraio 2000, n. 28 e all'articolo 2, comma 1, lettera b) del presente provvedimento.

2. Gli spazi per i messaggi sono ripartiti tra le coalizioni di cui all'articolo 3, comma 4, lettera a), nonché tra le liste di cui all'articolo 3, comma 4, lettera b).

3. La RAI comunica all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e alla Commissione il numero giornaliero dei contenitori destinati ai messaggi autogestiti di cui al comma 1, nonché la loro collocazione nel palinsesto in orari di buon ascolto. La comunicazione della RAI viene effettuata ed è valutata dalla Commissione con le modalità di cui all'articolo 13 della presente delibera.

4. I soggetti politici di cui al comma 2 beneficiano degli spazi a seguito di loro specifica richiesta, che:

a) è presentata alla sede di Roma della RAI entro i due giorni successivi allo scadere dell'ultimo termine per la presentazione delle candidature;

b) è sottoscritta, se il messaggio cui è riferita è richiesto da una coalizione, dal rappresentante della coalizione;

c) indica la durata di ciascuno dei messaggi richiesti;

d) specifica se e in quale misura il richiedente intende avvalersi delle strutture tecniche della RAI, ovvero fare ricorso a filmati e registrazioni realizzati in proprio, purché con tecniche e *standard* equivalenti a quelli abituali della RAI. I messaggi prodotti con il contributo tecnico della RAI potranno essere realizzati unicamente negli appositi studi televisivi e radiofonici predisposti dalla RAI nella sua sede di Roma.

5. La RAI provvede a ripartire le richieste pervenute nei contenitori mediante sorteggio, a cui possono assistere i rappresentanti designati dei soggetti aventi diritto. Al sorteggio saranno estratte le sole liste ammesse. La RAI prevede appositi spazi da riservare alle liste non ammesse nel caso di eventuale accoglimento in via definitiva di ricorsi da esse presentati.

6. Il calendario dei contenitori e dei relativi messaggi è pubblicato sul sito *web* della RAI.

7. I messaggi di cui al presente articolo possono essere organizzati, su richiesta della forza politica interessata, con modalità che ne consentano la comprensione anche da parte dei non udenti.

8. Per quanto non è espressamente previsto dal presente articolo si applicano le disposizioni di cui all'articolo 4 della legge 22 febbraio 2000, n. 28.

#### Articolo 8.

*(Interviste per le elezioni politiche dei rappresentanti delle diverse forze politiche e dei rappresentanti nazionali di lista).*

1. Nel periodo compreso tra la data di convocazione dei comizi elettorali e quella del termine di presentazione delle candidature la RAI trasmette una intervista per ciascuna delle forze politiche di cui all'articolo 3, comma 2, lettere a), b), c) e d), evitando di norma la sovrapposizione oraria con altri programmi delle reti generaliste della RAI a contenuto specificatamente informativo.

2. Ciascuna intervista, a cura di un giornalista RAI, viene diffusa anche sottotitolata e tradotta nella lingua dei segni; essa ha una durata di cinque minuti ed è trasmessa tra le ore 22 e le ore 24:00. Qualora nella stessa serata sia trasmessa più di una intervista, le trasmissioni devono essere consecutive.

3. Le interviste sono trasmesse di regola in diretta, salvo diverso accordo tra le parti; se sono registrate, la registrazione è effettuata entro le 24 ore precedenti la messa in onda. Qualora le trasmissioni non siano riprese in diretta, il conduttore ha l'obbligo all'inizio della trasmissione, di dichiarare che si tratta di una registrazione.

4. Nel periodo compreso tra la scadenza del termine per la presentazione delle candidature e la mezzanotte del secondo giorno precedente la data delle elezioni la RAI trasmette una intervista per ciascuna delle liste di cui all'articolo 3, comma 4, evitando di norma la sovrapposizione oraria con

altri programmi delle reti generaliste della RAI a contenuto specificatamente informativo.

5. A ciascuna intervista, condotta da un giornalista RAI, prende parte il capo della forza politica, indicato ai sensi del comma 3, dell'articolo 14-*bis* del decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, come modificato dalla legge 3 novembre 2017 n. 165, il quale può delegare altre persone anche non candidate.

6. Ciascuna intervista è diffusa anche sottotitolata e tradotta nella lingua dei segni; essa ha una durata di cinque minuti. In relazione al numero di soggetti tra cui suddividere gli spazi la RAI può proporre criteri di ponderazione. Le interviste sono trasmesse tra le ore 22 e le ore 24:00. Qualora nella stessa serata sia trasmessa più di una intervista, le trasmissioni devono essere consecutive.

7. La successione delle interviste è determinata in base al numero dei rappresentanti di ciascun soggetto politico nel Parlamento nazionale uscente, in ordine crescente. Sono trasmesse per prime le interviste dei soggetti attualmente non rappresentati. Nei casi in cui non sia possibile applicare tali criteri si procede mediante sorteggio.

8. Alle interviste di cui al presente articolo si applicano altresì, in quanto compatibili, le disposizioni di cui all'articolo 3, commi 6 e 7, e di cui all'articolo 6, commi da 6 a 11.

#### Articolo 9.

*(Conferenze-stampa dei rappresentanti nazionali di lista).*

1. Nel periodo compreso tra la scadenza del termine per la presentazione delle candidature e la mezzanotte del secondo giorno precedente la data delle elezioni, in aggiunta alle trasmissioni di cui agli articoli precedenti, la RAI trasmette, nelle ultime due settimane precedenti il voto, una serie di conferenze-stampa riservate ai rappresentanti nazionali di lista. Qualora nella stessa serata sia trasmessa più di una conferenza-stampa, le trasmissioni devono essere consecutive.

2. Ciascuna conferenza-stampa ha una durata di trenta minuti ed è trasmessa a partire dalle ore 21, possibilmente in date diverse da quelle delle interviste di cui all'articolo 8, in orari non coincidenti. A ciascuna di esse prende parte un numero uguale di giornalisti, entro il massimo di cinque, individuati dalla società concessionaria del servizio radiotelevisivo pubblico, eventualmente anche tra quelli non dipendenti dalle testate della RAI, sulla base del principio dell'equilibrata rappresentanza di genere.

3. La conferenza-stampa è moderata da un giornalista della RAI; essa è organizzata e si svolge in modo tale da garantire il rispetto di principi di equilibrio, correttezza e parità di condizioni nei confronti dei soggetti intervistati. I giornalisti pongono domande ciascuna della durata non superiore a 30 secondi.

4. La successione delle conferenze-stampa è determinata in base al numero dei rappresentanti di ciascun soggetto politico nel Parlamento nazionale uscente, in ordine crescente. Sono trasmesse per prime le conferenze-stampa dei soggetti attualmente non rappresentati. Nei casi in cui non sia possibile applicare tali criteri si procede mediante sorteggio.

5. Le conferenze-stampa sono trasmesse in diretta. Si applicano peraltro le disposizioni di cui all'articolo 3, commi 6 e 7, e di cui all'articolo 6, commi da 6 a 11.

#### Articolo 10.

*(Trasmissioni per la circoscrizione estero).*

1. A far luogo almeno dal decimo giorno precedente il termine di presentazione delle candidature, e fino a tale data la RAI predispone una scheda televisiva che sarà trasmessa da RAI Italia e da rete generalista e il cui testo sarà pubblicato sul sito *web* della RAI e sui principali siti di video *sharing* gratuiti, nonché una scheda radiofonica, trasmessa nei programmi nazionali di Radio Uno e nelle trasmissioni per gli italiani all'estero, che illustrano gli adempimenti previsti per la presentazione delle liste nella circoscrizione estero. Altresì, le

reti RAI che trasmettono in chiaro in Europa sono tenute a predisporre e a trasmettere una scheda televisiva e radiofonica che illustra le principali caratteristiche delle elezioni per il rinnovo della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica disciplinate dalla presente delibera, con particolare riferimento al sistema elettorale e ai tempi e alle modalità di espressione del voto nella circoscrizione estero per i cittadini italiani residenti all'estero.

2. Nel periodo di vigenza del presente provvedimento, i notiziari e i programmi di approfondimento diffusi da RAI Italia e dai canali nazionali della RAI ricevuti all'estero pongono particolare cura nell'assicurare un'informazione articolata e completa ai cittadini che votano nella circoscrizione estero sul dibattito politico, sulle modalità di espressione del voto nella circoscrizione estero e sulle modalità di partecipazione dei cittadini italiani residenti all'estero alla vita politica nazionale.

3. La RAI, attraverso le competenti strutture, realizza almeno due tribune elettorali televisive e due radiofoniche per ciascuna delle ripartizioni della circoscrizione estero di cui all'articolo 6, comma 1, della legge 27 dicembre 2001, n. 459, con la partecipazione dei rappresentanti delle liste ammesse alle elezioni. Tali tribune sono trasmesse secondo modalità idonee a garantirne la fruizione da parte di tutti gli elettori della circoscrizione estero. In particolare, per quanto riguarda le tribune televisive, esse sono trasmesse da RAI Italia e devono essere replicate con collocazioni in palinsesto tali da garantire la visione di più repliche, in orari di buon ascolto su tutta la superficie dei territori delle ripartizioni alle quali si riferisce ciascuna tribuna. Le tribune elettorali riferite alla ripartizione *a)* e alla ripartizione *d)* della circoscrizione estero, di cui al predetto articolo 6, comma 1, della legge 27 dicembre 2001, n. 459, sono anche trasmesse almeno due volte ciascuna da una rete generalista in orari di buon ascolto.

4. Al fine di garantire agli elettori della circoscrizione estero la possibilità di seguire lo svolgimento della campagna elet-

torale radiotelevisiva in Italia, la RAI cura che alcune delle trasmissioni di cui agli articoli 3 e 4 siano ritrasmesse all'estero, garantendo comunque complessivamente la presenza equilibrata di tutti i soggetti politici aventi diritto, e assicura che le stesse trasmissioni siano, per quanto possibile, collocate in palinsesto su rete generalista.

5. Nei venti giorni precedenti il primo giorno previsto per le votazioni nelle circoscrizioni estero, la RAI è tenuta a predisporre una striscia a cadenza settimanale della durata di quindici minuti che informi sulle iniziative adottate e comunicate alla rete dalle liste elettorali durante la campagna elettorale. Tale trasmissione andrà in onda su rete generalista e RAI Italia in orari di buon ascolto.

6. La RAI trasmette altresì, anche in differita, le interviste di cui all'articolo 8 e le conferenze-stampa di cui all'articolo 9. Queste ultime sono programmate in modo da garantire comunque orari di buon ascolto in tutte le ripartizioni della circoscrizione estero.

#### Articolo 11.

##### *(Programmi dell'Accesso).*

1. La programmazione nazionale e regionale dell'Accesso è sospesa a decorrere dal giorno successivo alla pubblicazione del presente provvedimento nella Gazzetta Ufficiale fino al termine di efficacia della presente delibera.

#### Articolo 12.

##### *(Trasmissioni per persone con disabilità).*

1. Per tutto il periodo di vigenza delle disposizioni di cui al presente provvedimento, e in particolare nel periodo successivo alla presentazione delle liste, la RAI, in aggiunta alle modalità di fruizione delle trasmissioni da parte delle persone con disabilità, previste dal contratto di servizio, cura la pubblicazione di pagine di Televideo, redatte dai soggetti legittimati di cui all'articolo 3, recanti l'illustrazione delle liste e delle loro principali iniziative nel

corso della campagna elettorale e le trasmette a partire dal quinto giorno successivo al termine della presentazione delle candidature.

2. I messaggi autogestiti di cui all'articolo 7 possono essere organizzati, su richiesta del soggetto interessato, con modalità che ne consentano la comprensione anche da parte dei non udenti.

#### Articolo 13.

*(Comunicazioni e consultazione della Commissione).*

1. I calendari delle tribune e le loro modalità di svolgimento, incluso l'esito dei sorteggi sono preventivamente trasmessi alla Commissione.

2. Entro cinque giorni lavorativi dalla pubblicazione della presente delibera nella Gazzetta Ufficiale, la RAI comunica all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e alla Commissione il calendario di massima delle trasmissioni di cui all'articolo 2, comma 1, lettere a) e b), pianificate fino alla data del voto oltre che, il venerdì precedente alla messa in onda, il calendario settimanale delle trasmissioni programmate, nonché la distribuzione della presenza dei soggetti politici invitati per tutto il periodo elettorale, al fine di assicurare una partecipazione equa, bilanciata e pluralistica nell'intero periodo considerato, anche tenendo conto della collocazione oraria della trasmissioni.

3. La RAI pubblica quotidianamente sul proprio sito web – con modalità tali da renderli scaricabili – e, settimanalmente, i dati e le informazioni del monitoraggio del pluralismo relativi a ogni testata, i tempi garantiti a ciascuna forza politica nei notiziari della settimana precedente, il calendario settimanale delle trasmissioni effettuate di cui all'articolo 2, comma 1, lettere a) e b), i temi trattati, i soggetti politici invitati, nonché la suddivisione per genere delle presenze, la programmazione della settimana successiva e gli indici di ascolto di ciascuna trasmissione.

4. Nel periodo disciplinato dal presente provvedimento, la RAI pubblica quotidiana-

mente sul proprio sito web – con modalità tali da renderli scaricabili – i dati quantitativi del monitoraggio dei programmi di cui al presente articolo, con particolare riferimento ai dati dei tempi di parola, di notizia e di antenna, fruiti dai soggetti di cui all'articolo 3. Con le stesse modalità la RAI pubblica con cadenza settimanale i medesimi dati in forma aggregata e in percentuale.

5. Il Presidente della Commissione, sentito l'Ufficio di presidenza, tiene con la RAI i contatti necessari per l'attuazione della presente delibera, in particolare valutando gli atti di cui ai commi precedenti e definendo le questioni specificamente menzionate dalla presente delibera, nonché le ulteriori questioni controverse che non ritenga di rimettere alla Commissione, anche tenuto conto delle esigenze di celerità derivanti dallo scioglimento anticipato delle Camere.

#### Articolo 14.

*(Responsabilità del consiglio d'amministrazione e dell'Amministratore Delegato della RAI).*

1. Il Consiglio di Amministrazione e l'Amministratore Delegato della RAI sono impegnati, nell'ambito delle rispettive competenze, ad assicurare l'osservanza delle indicazioni e dei criteri contenuti nella presente delibera, riferendone tempestivamente alla Commissione parlamentare. Per le tribune essi potranno essere sostituiti dal direttore competente.

2. Qualora dal monitoraggio dei dati quantitativi e qualitativi, considerati su base settimanale a partire dalla data di convocazione dei comizi elettorali, emergessero costanti o comunque significativi disequilibri o squilibri nei programmi a contenuto informativo non giustificati da oggettive esigenze informative, il Consiglio di Amministrazione e l'Amministratore Delegato della RAI, nel rispetto dell'autonomia editoriale, prescrivono alle testate interessate misure di riequilibrio a favore delle coalizioni e dei soggetti politici danneggiati.

3. L'inosservanza della presente disciplina costituisce violazione degli indirizzi

della Commissione di vigilanza ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 10, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

La presente delibera entra in vigore il giorno della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

## ALLEGATO 2

QUESITI PER I QUALI È PERVENUTA RISPOSTA SCRITTA ALLA  
PRESIDENZA DELLA COMMISSIONE (DAL N. 473/2340 AL N. 479/2355)

BERGESIO, SIRI, COIN, FUSCO, MACCANTI, PERGREFFI. – *Al Presidente e all'Amministratore delegato della Rai.*

Nel corso di una conversazione tra i due protagonisti della serie « Mare Fuori » prodotta da Rai fiction si afferma che un presunto « Onorevole » sia il responsabile del trattenimento in carcere di uno dei due detenuti minorenni.

Si tratta di un'affermazione inaccettabile e gravemente lesiva del ruolo del Parlamento: innanzitutto perché è totalmente priva di qualsiasi riscontro di realtà (non esiste alcun potere di un Parlamentare di poter incidere su decisioni di un Organo Giurisdizionale indipendente quale è il Giudice di Sorveglianza) secondo perché allude smaccatamente ad una condotta scorretta da parte di un fantomatico parlamentare che avallerebbe la campagna diffamatoria della Funzione in corso da anni da parte di organi di stampa o presunta tale, e/o apparati di produzione della « Cultura » che in questo modo certamente non contribuiscono alla crescita della coscienza civica e sana del Paese.

La vicenda appena riportata si pone, peraltro, in netto contrasto con quanto previsto dal Contratto di servizio 2018-2022, nello specifico, l'articolo 6 del citato Contratto stabilisce chiaramente che « la Rai è tenuta ad improntare la propria offerta informativa ai canoni di equilibrio, pluralismo, completezza, obiettività, imparzialità, indipendenza (...) e a garantire un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico, i quali sono tenuti a coniugare il principio di libertà con quello di responsabilità, nel rispetto della dignità della persona, e ad assicurare un contraddittorio adeguato, effettivo e leale »;

la Rai deve sempre garantire il rigore, la considerazione e il rispetto da parte dei

suoi giornalisti e degli operatori del servizio pubblico delle regole deontologiche del proprio ordine professionale, tanto più in un ambito così delicato quale è quello dell'informazione dei cittadini, se non altro per il rispetto che si deve alla pluralità del pubblico televisivo e, nel caso specifico, dei telespettatori che contribuiscono al mantenimento della Rai attraverso il pagamento del canone:

se i vertici dell'Azienda pubblica ritengono che il servizio citato in premessa sia da considerarsi come una espressione del servizio pubblico Rai, o non debba piuttosto essere qualificato come lesivo dell'onore di un Parlamentare della Repubblica;

quali iniziative tempestive intendano adottare al fine di garantire un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico così come previsto dall'articolo 6 del Contratto di servizio 2018-2022.

(473/2354)

**RISPOSTA.** – *Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi informativi sulla base delle indicazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.*

*In primo luogo, si precisa che la fiction « Mare Fuori », coprodotta da RAI e dalla società PICOMEDIA SRL, è diventata uno dei prodotti di punta dell'offerta editoriale di RAI.*

*La serie in questione racconta le vicende che coinvolgono ragazzi detenuti nell'IPM di Napoli, in particolare, la storia di un'amizizia tra due ragazzi che non si conoscono e che nulla hanno in comune se non la tragedia di aver vanificato i propri sogni commettendo un grave crimine. Filippo e Carmine hanno 17 anni e vengono da due*

mondi agli antipodi. Il primo è di Verona, padre imprenditore, madre impegnata nel sociale, famiglia benestante, vita agiata, un ragazzo amato e per questo sicuro di sé. Un sogno a portata di mano: quello di diventare un grande musicista. Carmine, al contrario, nato e cresciuto in un quartiere malfamato di Napoli, viene da sempre bullizzato perché è la pecora nera di una famiglia «di sistema». Nessuno gli perdona di avere un sogno che non li include: quello di diventare un grande parrucchiere per poter aprire il suo salone.

Ed è proprio questo che li unisce nonostante arrivino da due contesti sociali e familiari completamente diversi: entrambi hanno lo stesso dolore, quello che si prova quando i propri sogni sono andati in frantumi. E i due protagonisti devono ricominciare da lì, da quel carcere in mezzo al mare, pensando prima a sopravvivere e poi a ricostruire pezzo dopo pezzo, il proprio futuro.

Ciò premesso, occorre in primo luogo rilevare che RAI, come concessionaria di Servizio Pubblico, oltre ai dettami di cui all'art. 6 del Contratto di servizio 2018-2022 con specifico riferimento all'attività di informazione, è tenuta a rendere disponibile e comprensibile – nella molteplicità delle forme divulgative – su differenti piattaforme, una pluralità di contenuti, di diversi formati e generi, ivi inclusi i programmi di fiction che, in quanto classificati come «opere italiane ed europee», contribuiscono all'assolvimento degli obblighi specifici in materia di programmazione e investimento. Peraltro, la serie «Mare Fuori» ha raccolto il plauso di pubblico e critica proprio perché programma innovativo, che nel pieno rispetto degli obiettivi posti dallo stesso Contratto di Servizio, ha saputo sperimentare, con approccio originale, nuovi linguaggi, testuali e visivi, in grado di coinvolgere anche i più giovani.

Il prodotto in questione, quindi, appartiene al genere delle opere di mera fantasia, caratterizzate da esigenze puramente artistiche; la narrazione degli eventi, pertanto, in coerenza con il predetto modello produttivo, prescinde dal requisito della verità che invece caratterizza l'attività giornalistica.

Dialoghi e contesti, sono infatti frutto della libertà artistica degli autori e ideati in

funzione degli sviluppi narrativi e della trama delle puntate.

In un siffatto contesto, per lo più immaginario, lo spettatore è consapevole di assistere ad una artificiosa ricostruzione e anche di un riferimento proprio del mondo reale, non sarà certamente portato a ritenere che sia stato scrupolosamente rispettato un criterio di verità, come peraltro confermato dal disclaimer finale in cui viene chiarito che «I fatti ed i personaggi narrati sono immaginari. Ogni riferimento a persone realmente esistenti e/o ad altri fatti realmente accaduti è da considerarsi puramente casuale».

Ciò posto, nello specifico, i passaggi della fiction che vengono contestati (episodio 3, min. 13.15: uno dei ragazzi reclusi legge un giornale dove si legge: «L'ASSASSINO DI MIO FIGLIO DEVE PAGARE. Parla l'onorevole Stassi, attenuanti zero per il giovane pianista di Verona. La sua condanna esempio per i ragazzi» ed episodio 4, min. 30.05: il ragazzo imputato afferma: «Perché non mi hai detto del padre di Greg? È su tutti i giornali! È un onorevole conosce molta gente. Quello è capace di farmi stare qui a vita»), lungi dal voler ledere l'onorevole del Parlamento, vanno pertanto valutati all'interno del descritto contesto di finzione scenica e di esigenza narrativa che ne esclude la portata lesiva.

ANZALDI. – Al Presidente e all'Amministratore delegato Rai.

Domenica 26 giugno si è votato per i ballottaggi delle amministrative 2022, con ben 2 milioni di persone al voto un'elezione che al primo turno aveva visto quasi 9 milioni di italiani chiamati ad esprimersi.

Al termine delle votazioni, alle ore 23, la Rai non ha previsto nessuno speciale sulle reti generaliste, a differenza di quanto deciso dalle reti commerciali La7 e Rete4 che invece hanno seguito sin da subito lo spoglio, risultando nella fascia oraria dalle 23 all'una di notte le reti più seguite.

Rai1, che pure in quella fascia oraria aveva in palinsesto il contenitore settimanale del Tg1 «Speciale Tg1», ha trasmesso una puntata preconfezionata, relegando i ballottaggi in circa 20 minuti dopo la mez-

zanotte, finendo superato negli ascolti sia da La7 che da Rete4, reti che nei dati Auditel ottengono normalmente dati inferiori rispetto alla rete ammiraglia della Rai.

La Rai, in ottemperanza al Contratto di Servizio, è tenuta a informare in maniera completa e tempestiva i cittadini sui principali avvenimenti istituzionali e politici, in particolare in momenti decisivi per la vita democratica come le tornate elettorali.

Si chiede di sapere:

per quale motivo la Rai, contravvenendo a quanto sempre fatto negli anni, abbia deciso di non dedicare alcuno speciale sulle reti generaliste allo spoglio dei voti per i ballottaggi del 26 giugno, iniziato alle ore 23 con la chiusura dei seggi, e chi abbia preso la decisione.

Se l'Amministratore delegato e il Consiglio di Amministrazione non ritengano una violazione del Contratto di Servizio aver privato i cittadini di un'informazione completa e tempestiva sui ballottaggi, mentre il servizio veniva garantito dalle tv commerciali La7 e Rete4, che hanno addirittura superato in ascolti tutte le reti Rai, compresa la rete ammiraglia Rai1.

(474/2343)

**RISPOSTA.** – *Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi sulla base delle informazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.*

*In primo luogo, è opportuno premettere che lo scorso 21 giugno 2022 le RSU del Centro Produzione TV di Roma hanno indetto per domenica 26 giugno fino alle ore 24, uno sciopero per tutto il personale della produzione TV di Roma in sede e in trasferta in Italia.*

*Il Tg1 delle ore 24, a spoglio in corso, ha realizzato un'edizione ampiamente dedicata ai ballottaggi. Infatti, oltre alla conduttrice, era presente in studio una giornalista per i continui aggiornamenti e sono stati realizzati diversi collegamenti con le città interessate dal voto. Anche RaiNews 24 ha assicurato un'informazione continuativa sull'andamento dello spoglio, garantendo un'ampia ed esaustiva copertura informativa.*

**PAXIA.** – *Al Presidente e all'Amministratore delegato Rai.*

Sabato 25 giugno è andata in onda, in seconda serata, la registrazione del Taobuk, Taormina International Book Festival;

durante la registrazione si è verificato un fatto assai grave, non tanto nei contenuti quanto nella modalità di gestione degli stessi;

la serata di gala condotta da Massimiliano Ossini è andata in onda dopo essere stata sapientemente tagliata intorno al minuto trenta ovvero quando, durante l'intervista condotta dai due comici Ficarra e Picone al Presidente della Regione Sicilia Musumeci, questi veniva platealmente fischiate dal pubblico presente presso il Teatro Antico;

si ironizzava sulle problematiche infrastrutturali e sulla viabilità siciliana quando il pubblico esprimeva il proprio disappunto nei confronti del Governatore spingendo la Rai a « sopprimere » l'intera intervista che è comunque immediatamente trapelata grazie alle registrazioni a mezzo *smartphone* di coloro che hanno assistito in diretta allo spettacolo;

fa dunque discutere il taglio e spinge il pubblico ad interrogarsi su quanto ci venga « propinato » per esigenze di « tempi contingenti » o per motivi « diversi »:

se la Rai intenda inserire, anche se in maniera alquanto tardiva, la versione integrale dell'evento « Taobuk » all'interno della piattaforma Raiplay per dare modo al pubblico di essere informato in maniera completa ed esaustiva su tutti i contenuti eviscerati durante la serata e non al netto di scelte immotivate ed arbitrarie.

(475/2345)

**RISPOSTA.** – *Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi informativi sulla base delle indicazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.*

*In primo luogo, è opportuno premettere che la scelta di omettere la sequenza che vedeva coinvolto il Presidente della Regione Siciliana Sebastiano Musumeci con i due*

comici Ficarra e Picone, è stata fatta in ottemperanza alle norme che regolano la presenza di esponenti politici all'interno di programmi non ricondotti alla responsabilità di Testata giornalistica e anche nel rispetto della legge che prevede – a ridosso delle competizioni elettorali – l'osservanza del silenzio.

Nel caso segnalato si fa presente che l'evento è stato trasmesso sabato 25 giugno 2022, giorno antecedente il voto per i ballottaggi delle amministrative di domenica 26 giugno 2022. L'inosservanza di tali disposizioni di legge poteva esporre la Rai all'apertura di un'istruttoria da parte di AGCOM con rischio di applicazione di una sanzione.

Per quanto riguarda, invece, l'eventuale riproposizione della versione integrale dell'evento « Taobuk » sulla piattaforma Rai-Play, si segnala che non è previsto né tantomeno possibile procedere con l'inserimento della versione integrale in quanto Rai ha a disposizione solo il materiale video che è andato in onda e per il quale sono stati concessi e formalizzati i relativi diritti.

BERGESIO, ANDREUZZA, COIN, FUSCO, FOGLIANI, MACCANTI, PERGREFFI, TARANTINO. – Al Presidente e all'Amministratore delegato della Rai. Per sapere – premesso che:

Nelle località di Bibione, Caorle, Era-  
clea, Jesolo, Cavallino nonché nei comuni dell'entroterra si sono verificati innumerevoli problemi di ricezione del segnale dei canali Rai a seguito del rilascio della banda 700 mhz.

In particolare Federalberghi Caorle ha inviato una comunicazione alla società concessionaria nella quale lamentano la persistente difficoltà a ricevere i canali TV RAI del digitale terrestre, nonostante gli apparecchi siano stati correttamente risintonizzati, anche con l'ausilio di tecnici. Essendo già ben avviata la stagione estiva, il disagio causato dal disservizio, sia agli ospiti che ai gestori delle strutture ricettive, e costituisce un grave danno di immagine per una importante località turistica come Caorle.

A parere degli interroganti non è ulteriormente procrastinabile un risolutivo ed urgente intervento della Rai al fine di non

minare una stagione di ripartenza turistica come quella in atto.

L'articolo 45, comma 2, del testo unico della radiotelevisione (decreto legislativo n. 177 del 2005) individua le attività che il servizio pubblico generale radiotelevisivo deve comunque garantire, fra cui la diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio della società concessionaria con copertura integrale del territorio nazionale.

Ray Way, possiede oltre 2.300 torri distribuite in tutte le regioni italiane, e dovrebbe, pertanto, garantire la facile accessibilità da parte di tutta la popolazione nonché la diffusione e la trasmissione di contenuti televisivi e radiotelevisivi del servizio pubblico,

si chiede di sapere:

quali iniziative si intendano intraprendere per risolvere i descritti problemi di ricezione del segnale e garantire il diritto di accesso alle reti del servizio pubblico radiotelevisivo su tutto il territorio nazionale e, in particolare, nelle località di mare del Veneto Orientale nonché dell'entroterra ad alta vocazione turistica.

Quali siano le motivazioni, di carattere anche tecnico, che determinano la mancata ricezione del segnale.

(476/2347)

RISPOSTA. – Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi informativi sulla base delle indicazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.

In primo luogo, è opportuno premettere che Rai si sta adoperando alla risoluzione delle problematiche tecniche che impediscono la corretta ricezione dei canali Rai nelle località oggetto dell'interrogazione.

La criticità è dovuta principalmente dalla particolare orografia del territorio che soprattutto nel periodo estivo, particolarmente nelle ore serali o mattutine, favorisce l'insorgere di fenomeni di anomala propagazione del segnale digitale. Con il recente passaggio del principale Multiplex Rai (denominato « MUXMR » che diffonde Rai1HD, Rai2HD, Rai3 nazionale/regionale e Rai-

News24) sui canali in banda UHF in modalità SFN (Single Frequency Network), i problemi legati ad auto-interferenze con segnali provenienti dall'Emilia-Romagna, si sono presentati anche su questo MUX.

L'Azienda è in contatto con il Ministero dello Sviluppo Economico e con la consociata Rai Way, che gestisce per conto della Rai gli impianti di diffusione, per individuare la soluzione migliore.

Intanto, nelle more delle soluzioni finalizzate a risolvere le evidenziate criticità, che saranno raggiunte al più tardi con l'introduzione del nuovo standard di diffusione di seconda generazione (DVB-T2), si segnalano alcune alternative di ricezione per fruire dell'intera programmazione Rai:

tramite la piattaforma internet « Rai-Play » ([www.raiplay.it](http://www.raiplay.it)). Attraverso RaiPlay, infatti, si possono guardare i 14 canali Rai in diretta streaming e/o rivedere i programmi andati in onda nei giorni precedenti;

tramite la piattaforma satellitare TiVù Sat ([www.tivusat.tv](http://www.tivusat.tv)), concepita proprio per risolvere problematiche di carenza di copertura del servizio localizzate da considerare integrativa della rete terrestre.

Da ultimo si evidenzia che la soluzione satellitare comunitaria e la successiva distribuzione su rete terrestre è quella più idonea per il caso in oggetto dove devono essere alimentati più ambienti già dotati di televisori DTT.

BERGESIO, COIN, FUSCO, MACCANTI, PERGREFFI, TARANTINO. Al Presidente e all'Amministratore delegato della Rai.

Il Tg1, durante un recente servizio di Lucia Goracci sulle stragi a mano armata negli Stati Uniti, ha sostenuto che la maggioranza della Camera dei rappresentanti sia repubblicana.

Come noto la maggioranza è invece del partito Democratico.

Al di là del fatto che gli errori possono capitare, potrebbero essere evitati se i giornalisti si attenessero maggiormente al ruolo di servizio pubblico e svestissero i panni di supporter ideologici.

Non è la prima volta che il Tg1 commette errori parlando della politica americana e a tal proposito gli interroganti auspicano un maggior controllo da parte della direzione.

La vicenda appena riportata si pone, peraltro, in netto contrasto con quanto previsto dal Contratto di servizio 2018-2022, nello specifico, l'articolo 6 del citato Contratto stabilisce chiaramente che « la Rai è tenuta ad improntare la propria offerta informativa ai canoni di equilibrio, pluralismo, completezza, obiettività, imparzialità, indipendenza (...) e a garantire un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico, i quali sono tenuti a coniugare il principio di libertà con quello di responsabilità, nel rispetto della dignità della persona, e ad assicurare un contraddittorio adeguato, effettivo e leale ».

La Rai deve sempre garantire il rigore, la considerazione e il rispetto da parte dei suoi giornalisti e degli operatori del servizio pubblico delle regole deontologiche del proprio ordine professionale, tanto più in un ambito così delicato quale è quello dell'informazione dei cittadini, se non altro per il rispetto che si deve alla pluralità del pubblico televisivo e, nel caso specifico, dei telespettatori che contribuiscono al mantenimento della Rai attraverso il pagamento del canone:

se i vertici dell'Azienda pubblica ritengano che il servizio citato in premessa sia da considerarsi come una espressione del servizio pubblico Rai, o non debba piuttosto essere qualificato come lesivo dell'onore di un Parlamentare della Repubblica.

Quali iniziative si intendano assumere al fine di una informazione riparatoria, corretta ed equilibrata.

(477/2347)

RISPOSTA. — Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi informativi sulla base delle indicazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.

*In primo luogo, è opportuno precisare che non essendo state indicate la data e l'edizione del servizio del Tg1 oggetto dell'interrogazione, è stato necessario recuperare e riascoltare tutti i servizi e i collegamenti realizzati da Lucia Goracci da prima della strage di Uvalde in poi in tutte le edizioni del Tg1.*

*Tutto ciò premesso, si evidenzia che sulla base degli esiti della ricerca, non risulta nessun servizio in cui la giornalista afferma che la maggioranza della Camera dei rappresentanti americana è a maggioranza repubblicana.*

*In ogni caso, semmai fosse andato in onda un servizio con tale affermazione, la stessa va considerata esclusivamente come un mero refuso nel contesto narrativo e, pertanto, si esclude possa esserle attribuita qualsivoglia motivazione di tipo ideologico dietro un errore.*

DE PETRIS – *Al Presidente e all'Amministratore delegato della Rai.* – Premesso che:

Alcuni esponenti dei gruppi parlamentari della Lega hanno presentato una interrogazione in sede di Commissione di Vigilanza RAI, indirizzata alla Dirigenza, con riguardo alle informazioni diffuse nel corso della puntata dell'11 giugno scorso della trasmissione « Sapiens » su RAI3;

secondo i firmatari, il conduttore Mario Tozzi « ha fornito agli ignari telespettatori cifre, sulla caccia, del tutto destituite di fondamento » e « ha più volte attaccato l'attività venatoria arrivando a stabilire parallelismo del tutto fuorviante tra la stessa e l'odiosa pratica del bracconaggio e con ciò gravemente ledendo l'immagine dei cacciatori »;

la cifra riportata nel corso della trasmissione di 464 milioni di animali uccisi annualmente dai cacciatori deriva da una stima eseguita sulla base dei dati dei cernieri stagionali riferiti ai calendari venatori di quattro regioni campione, rapportati successivamente a tutti i cacciatori nazionali. Un numero in difetto, che non tiene conto degli animali vittime del controllo « gestionale », ossia gli abbattimenti eseguiti per prevenire i conflitti derivanti dalla pre-

senza delle attività umane sul territorio e del bracconaggio;

circa il lamentato paragone tra bracconaggio e attività venatoria, che secondo i promotori del quesito avrebbe leso « gravemente l'immagine dei cacciatori », è necessario precisare che l'attività delle guardie volontarie venatorie delle associazioni ambientaliste dimostra, con i verbali elevati nel corso dell'attività di vigilanza, che i bracconieri sanzionati sono, in percentuali che sfiorano il 100 per cento, gli stessi detentori di regolare licenza di caccia. Inoltre i numerosi procedimenti penali dimostrano che la quasi totalità delle condanne per atti di bracconaggio sono emesse a carico di cacciatori dotati di regolare licenza di caccia;

appare dunque chiaro che le informazioni fornite nel corso della trasmissione abbiano riportato pienamente la realtà della caccia in Italia, spesso sottaciuta nonostante sia avversata dalla stragrande maggioranza dei cittadini italiani. Il rapporto Eurispes del 2022 indica, infatti, che il 76,1 per cento degli italiani è contrario alla caccia;

chiede di sapere:

se la Dirigenza RAI non intenda prevedere l'implementazione di ulteriori trasmissioni di approfondimento che facciano emergere la realtà della caccia sconosciuta ai più, un'attività che comporta morte, sofferenza e sfruttamento per milioni di animali ogni anno, nonché un indubbio pericolo per la sicurezza pubblica.

(478/2352)

RISPOSTA. – *Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti elementi informativi.*

*In primo luogo è opportuno premettere che la Rai, in linea con quanto previsto dal Contratto di servizio, assicura un'offerta di servizio pubblico articolata su una pluralità di contenuti che rispettino i principi dell'imparzialità, dell'indipendenza e del pluralismo, riferito a tutte le diverse condizioni e opzioni sociali, culturali e politiche, affinché ciascuno possa autonomamente formarsi opinioni e idee e partecipare in modo attivo e*

*consapevole alla vita del Paese, così da garantire l'apprendimento e lo sviluppo del senso critico, civile ed etico della collettività nazionale anche all'estero, nel rispetto del diritto e del dovere di cronaca, della verità dei fatti e del diritto ad essere informati.*

*In tale ambito si sviluppa il palinsesto Rai declinato nelle relative trasmissioni, tra queste molte affrontano i temi della caccia, del bracconaggio e dell'attività venatoria, impegnandosi ad assicurare la promozione dell'ambiente e della qualità della vita con lo scopo principale di soddisfare il diritto del cittadino a una corretta informazione e alla formazione di una propria opinione.*

BERGESIO, BAGNAI, COIN, FUSCO, MACCANTI, PERGREFFI, TARANTINO. – *Al Presidente e all'Amministratore delegato. Per sapere – premesso che:*

Lo scorso 9 luglio, l'On. Alex Bazzaro sulla piattaforma Twitter si è espresso in merito a una possibile estensione della quarta dose del vaccino anti-Covid agli under 50 a partire da ottobre. Al parlamentare, sempre tramite Twitter, replicava causticamente il professor Renato Burioni: « Non posso credere che un irresponsabile disinformatore orgoglioso della sua purissima ignoranza come lei sia nello stesso partito di persone per bene come (per citarne due, ma sono di più) Luca Zaia e Massimiliano Fedriga ».

A questo punto nella discussione è entrata una giovane utente disabile di nome Alessia, che si è dichiarata « orgogliosa che nella Lega ci siano persone come Alex Bazzaro ». Una presa di posizione alla quale il virologo ha reagito condividendo uno *screenshot* dell'immagine profilo della ragazza corredato dalla scritta: « Capisco ».

A parere degli interroganti il commento del professore Burioni è inaccettabile, denigratorio e più in generale vergognoso.

Come noto il medico è un ospite fisso del programma di Rai Tre « Che tempo che fa », del quale come confermato dalla stessa concessionaria, in sede di risposta al quesito n. 1165/COMRAI, « a seguito dell'evolversi della pandemia è entrato a far parte del cast fisso di Che tempo che fa ».

Per prendere parte alla trasmissione il virologo « percepisce – come ogni altro ospite

che prende parte alla trasmissione – un gettone di presenza, corrispostogli dalla Società "Officina", con cui la Rai ha un accordo-quadro di appalto parziale. »

Il professor Burioni non è nuovo a invettive e scontri tanto sui social network quanto in trasmissione.

In questa sede non si mette in discussione il diritto del Professore di sostenere anche fermamente le proprie idee, ma è del tutto inaccettabile l'utilizzo di toni ed espressioni non appartenenti ad una trasmissione del servizio pubblico.

La vicenda appena riportata si pone, quindi in netto contrasto con quanto previsto dal Contratto di servizio 2018-2022, nello specifico, l'articolo 25 del citato Contratto stabilisce chiaramente che « la Rai è tenuta a sensibilizzare i conduttori, nonché i propri dipendenti e collaboratori, anche attraverso specifiche azioni formative, ad attenersi scrupolosamente nella loro attività al rispetto dell'integrità e della dignità della persona e al principio di non discriminazione ».

La Rai deve sempre garantire il rigore, la considerazione e il rispetto da parte dei suoi giornalisti, degli operatori del servizio pubblico e dei propri ospiti se non altro per il rispetto che si deve alla pluralità del pubblico televisivo e, nel caso specifico, dei telespettatori che contribuiscono al mantenimento della Rai attraverso il pagamento del canone.

Alla luce dei gravissimi fatti esposti si chiede alla Società Concessionaria:

1) in base a quali criteri vengono scelti gli opinionisti fissi della trasmissione di informazione « Che tempo che fa »;

2) se la presenza del professor Roberto Burioni, non nuovo a invettive e a litigi verbali, sia compatibile con un programma del servizio pubblico;

3) Se per i contratti stipulati con gli opinionisti fissi di « Che tempo che fa » ci sia stata anche l'intermediazione di agenti dello spettacolo e a quanto ammonti eventualmente la loro parcella.

(479/2355)

RISPOSTA. – *Con riferimento all'interrogazione in oggetto si forniscono i seguenti*

elementi informativi sulla base delle indicazioni ricevute dalle competenti strutture aziendali.

In primo luogo, è opportuno sottolineare che il professor Roberto Burioni è uno scienziato di fama internazionale chiamato a partecipare al programma « Che tempo che fa » in virtù dei suoi titoli e su argomenti specifici legati direttamente al proprio settore di ricerca.

Con riferimento al caso citato si precisa che l'evento non è in alcun modo legato alla trasmissione « Che tempo che fa » (programma attualmente non in onda), ma si è

trattato di un tweet pubblicato sul suo profilo personale. Il professor Burioni, inoltre, ha chiarito il possibile equivoco nell'interpretazione del tweet, scusandosi per una eventuale offesa arrecata.

Si fa infine presente in linea generale che gli ospiti delle trasmissioni televisive sono scelti sulla base di criteri artistico/editoriali anche in ragione delle indicazioni autorali.

Da ultimo, si precisa che il professor Burioni non rientra nella categoria « artista » ai fini dell'applicazione della policy conflitto agenti/artisti.

## ALLEGATO 3

**DOCUMENTO CONCLUSIVO DELL'INDAGINE CONOSCITIVA SUI I MODELLI DI GOVERNANCE E IL RUOLO DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO, ANCHE CON RIFERIMENTO AL QUADRO EUROPEO E AGLI SCENARI DEL MERCATO AUDIOVISIVO**

## CAPITOLO 1

*Genesi e finalità dell'indagine conoscitiva*

La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi ha promosso, nel corso del 2021, un'indagine conoscitiva avente ad oggetto i modelli di *governance* e il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo.

L'indagine conoscitiva è stata motivata dalla necessità di sviluppare una riflessione sulle soluzioni da adottare per rafforzare e rilanciare la missione del servizio pubblico radiotelevisivo nell'attuale contesto multimediale, multiplatforma e multicanale.

Uno scenario complesso e reso ancora più problematico dalle trasformazioni avvenute nel corso della pandemia da Covid-19, durante la quale è significativamente aumentata sia la platea degli abbonati alle piattaforme *Over-the-top* (OTT) a pagamento sia quella degli utenti dei servizi *streaming* non a pagamento in parallelo, ad un incremento degli investimenti, in produzioni audiovisive originali italiane da parte dei *player* internazionali.

In aggiunta, è da notare una duplice dinamica che vede, da un lato, una sempre maggior convergenza tra le diverse piattaforme a pagamento, con l'obiettivo di offrire all'utente un unico punto di accesso per i diversi cataloghi non lineari e, dall'altro, una ancora più accentuata frammentazione del settore della produzione indipendente.

In tale contesto, si tratta di dare la possibilità al servizio pubblico non tanto o non solo di competere nell'attuale mercato dei media quanto di continuare ad esistere.

L'indagine conoscitiva e gli esiti della stessa si pongono altresì quale contributo

alla legge di riforma del servizio pubblico radiotelevisivo, attualmente al vaglio del legislatore presso le competenti commissioni permanenti di Camera e Senato.

Nell'ambito dell'indagine conoscitiva sono stati auditi, in ordine cronologico, i seguenti soggetti i quali hanno altresì depositato contributi e documentazione di interesse:

1) ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali, nella persona del presidente, Francesco Rutelli (4 maggio 2021);

2) EBU – *European Broadcasting Union*, nella persona del direttore generale, Noel Curran (18 maggio 2021);

3) Confindustria radio televisioni, nella persona del presidente, Francesco Angelo Siddi (26 maggio 2021);

4) APA – Associazione produttori audiovisivo, nella persona del presidente Giancarlo Leone (26 maggio 2021);

5) MIA – Mercato internazionale audiovisivo, nella persona della direttrice Lucia Milazzotto (26 maggio 2021);

6) SIAE – Società Italiana degli Autori ed Editori, nella persona del vice direttore generale, Sergio Maria Fasano, e del direttore sezione cinema Andrea Marzulli (15 giugno 2021);

7) *Italian Film Commissions*, nella persona del presidente, Cristina Priarone (15 giugno 2021);

8) Banijay Group, nella persona dell'amministratore delegato, Marco Bassetti, e dell'amministratore delegato di Banijay Italia, Paolo Bassetti (14 settembre 2021);

9) AGCOM – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nella persona del Presidente, Giacomo Lasorella (5 ottobre 2021);

10) Stand by me S.r.l., nella persona dell'amministratore delegato, Simona Ercolani (9 novembre 2021).

## CAPITOLO 2

### *I principali temi sviluppati nel corso delle audizioni*

#### 2.1. La *mission* del servizio pubblico nel nuovo ecosistema dei media.

Come osservato in premessa, è solo partendo dalla riflessione sulla perdurante esigenza di un servizio pubblico nel mondo dei media audiovisivi – e sui bisogni cui è chiamato a dare risposta – che si può ragionare sulle caratteristiche strutturali che tale servizio deve possedere e, conseguentemente, sugli aspetti specifici della *governance* e delle risorse.

Le ragioni che originariamente hanno legittimato il servizio pubblico – essenzialmente, la tutela del pluralismo in un ambito contraddistinto da scarsità di risorse tecniche e alti costi di produzione e trasmissione, unitamente a considerazioni sulla particolare « pervasività » del mezzo – oggi non ci sono più o sono molto attenuate.

Nel corso dell'indagine conoscitiva, pur nella presa d'atto delle difficoltà sempre maggiori che è destinato ad incontrare il servizio pubblico, nessuno ne ha realmente messo in discussione l'utilità e il ruolo.

Nonostante le trasformazioni tecnologiche, le opportunità offerte dalla digitalizzazione, l'affermazione dei nuovi media e nonostante la presenza di emittenti televisive private che svolgono funzioni paragonabili a quelle previste dal contratto di servizio, si continua a ritenere che solo il servizio pubblico possa tutelare l'accesso universale a una programmazione di qualità e inclusiva, che rifletta gli interessi di tutti i gruppi sociali.

È questo un sentimento comune a livello europeo, come evidenziato dal direttore generale dell'EBU. Emblematico, in tal senso, è l'esito del referendum svizzero del 2018 che mirava alla sostanziale abolizione del servizio pubblico radiotelevisivo e che è stato rigettato con il 71,6 per cento dei voti.

Ciò detto, occorre rilevare che nel corso della procedura informativa è parimenti emersa la necessità che la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo rafforzi la credibilità e la riconoscibilità della propria offerta editoriale, puntando su contenuti che siano in grado di fornire allo spettatore modelli e visioni di alto livello qualitativo e a forte carattere innovativo.

In altre parole, per recuperare prestigio, anche internazionale, la Rai deve rafforzare la propria identità, i cui contorni sono tracciati dalla legge e dal contratto di servizio, tenendo altresì conto del nuovo contesto multimediale interattivo.

Di contro, è stato sottolineato che, se la Rai insegue i *target* pubblicitari o si appiattisce sul modello delle televisioni commerciali, l'identità del servizio pubblico rischia di sbiadire mettendo seriamente in dubbio il senso della propria esistenza.

Per quanto concerne i compiti specifici del servizio pubblico, la pandemia da Covid-19 ha fatto comprendere l'importanza di un'informazione affidabile, di qualità e pluralista, nonché la centralità della mediazione giornalistica ed editoriale, a discapito della disintermediazione.

La pandemia ha inoltre reso ancor più evidente il valore e l'importanza per l'informazione della rete di sedi regionali e locali, di cui in Italia soltanto la Rai dispone.

Le conseguenze economiche e sociali della pandemia hanno altresì dato rilievo all'obiettivo, che fa capo al servizio pubblico, della promozione dell'inclusione e della coesione nazionale.

Produzione e promozione dell'audiovisivo sono fondamenta della missione di servizio pubblico della Rai e della sua natura di industria culturale. L'ideazione, la produzione, la commercializzazione e la promozione dell'audiovisivo italiano ed europeo costituiscono altrettanti obiettivi della sua funzione pubblica, così com'è definita sia dalla normativa sia dal contratto di servizio. « *La Rai valorizza le capacità produttive, imprenditoriali e culturali del Paese al fine di favorire lo sviluppo e la crescita del sistema di produzioni audiovisive indipendenti, italiane ed europee promuoven-*

done l'efficienza e il pluralismo, nonché la ricerca di nuovi modelli produttivi e di nuovi linguaggi anche multimediali»: questa l'enunciazione, all'articolo 7, del Contratto di Servizio 2018-2022 tra la Rai e il Ministero dello Sviluppo Economico. Una prescrizione che, secondo quanto emerso dalle audizioni, attende di essere compiutamente tradotta in pratica, se guardiamo ai ritardi che la Rai ha accumulato sui vari fronti nei quali dovrebbe realizzarsi la sua missione pubblica in tema di audiovisivo.

Rinviando, per una trattazione più dettagliata, al seguito della relazione, in termini generali nel corso dell'indagine conoscitiva le società di produzione audite hanno chiesto che la Rai possa sostenere un ecosistema produttivo al servizio del Paese, contribuendo allo sviluppo dell'audiovisivo nazionale e dando la possibilità a chi ha capacità e ingegno di innovare il settore con prodotti creativi.

Accanto agli obblighi tradizionali, si è manifestata l'esigenza che la società concessionaria si faccia maggiormente carico di un servizio che assuma sempre più i contorni di un servizio essenziale per la cittadinanza, ossia l'alfabetizzazione digitale, inteso come sviluppo non solo di abilità digitali ma anche di una più diffusa e più solida consapevolezza civica nell'utilizzo degli strumenti digitali.

La Rai deve mettere in atto ogni sforzo per alfabetizzare verso le nuove tecnologie e accompagnare nella transizione digitale quelle fasce della popolazione che per motivi di reddito, per posizione geografica, per età, rischiano di essere tagliate fuori dalla rivoluzione tecnologica. E ciò in conformità al principio della nostra Carta costituzionale (articolo 3, secondo comma) che pone tra i compiti fondamentali dello Stato quello di «rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale che, limitando di fatto la libertà e l'uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana».

Così, l'offerta obbligatoria della concessionaria dovrebbe arricchirsi di contenuti e format, ideati per una fruizione attraverso diverse piattaforme di comunicazione, dedicati all'innovazione digitale, allo sviluppo

tecnologico, alla divulgazione della cultura informatica, alla disciplina giuridica del web, alla sostenibilità digitale.

Quanto al tema della transizione alla diffusione non lineare dei prodotti audiovisivi, RaiPlay non appare essere ancora in grado di rispondere alla sfida di dotare l'Azienda di un servizio autenticamente competitivo nel confronto con le nuove piattaforme commerciali OTT e di valorizzazione i contenuti audiovisivi realizzati da e per il servizio pubblico.

Da un lato, vi è il limite rappresentato dalla mancata produzione di contenuti originali per RaiPlay e dalla sua esclusione dagli accordi che permettono agli utenti di accedere attraverso un unico punto ai diversi cataloghi non lineari.

Dall'altro, non appare sufficiente la valorizzazione dei diritti di video *on demand* sul catalogo storico Rai di cui RaiPlay dispone: non tanto in termini direttamente commerciali, quanto piuttosto nel senso di un più ampio ed efficace utilizzo del potenziale di quello straordinario catalogo audiovisivo a supporto delle strategie industriali del servizio pubblico radiotelevisivo e di ogni altra iniziativa multimediale realizzata anche attraverso risorse pubbliche.

Il potenziamento della multimedialità è fondamentale per intercettare il pubblico più giovane, la cui fuga colpisce i *broadcaster* del servizio pubblico non solo in Italia ma in tutta Europa. Il tema è di importanza vitale perché, se non c'è *audience*, è compromesso lo stesso perseguimento degli scopi pubblici affidati alla Rai.

## 2.2 La *governance* dell'azienda concessionaria del servizio pubblico.

Il sistema di *governance* della Rai è senza dubbio cruciale per il funzionamento del servizio pubblico.

Se si effettua un'indagine di tipo comparatistico risulta che, benché non vi sia un modello unico di *governance* nei servizi pubblici dei diversi Paesi europei, in ogni caso il rapporto con le istituzioni appare necessario per la natura stessa del servizio e per il fatto che esso fa capo alla mano pubblica.

Nel corso della presente legislatura sono state avanzate varie proposte di riforma, che si possono essenzialmente ricondurre a due ispirazioni diverse.

Un gruppo di proposte mirano a creare un diaframma tra le istituzioni e la Rai. Altre proposte mantengono il legame tra la concessionaria del servizio pubblico e le istituzioni ma, per valorizzare il pluralismo, spostano l'asse verso il Parlamento, in conformità alle indicazioni della Corte costituzionale, a partire dalla nota sentenza n. 225/1974.

Si ricorda, infatti, che le pronunce della Corte costituzionale hanno dichiarato la centralità del ruolo del Parlamento, che istituzionalmente rappresenta l'intera collettività nazionale, e della Commissione bicamerale alla quale sono attribuite le funzioni di indirizzo e vigilanza, proprio in considerazione dei caratteri di imparzialità, democraticità e pluralismo che devono informare il servizio pubblico radiotelevisivo e al precipuo scopo di evitare che questo venga gestito dal Governo in modo « esclusivo o preponderante ».

In particolare, secondo la Corte « *la rappresentanza parlamentare, in cui tendenzialmente si rispecchia il pluralismo esistente nella società, si pone ... come il più idoneo custode delle condizioni indispensabili per mantenere gli amministratori della società concessionaria, nei limiti del possibile, al riparo da pressioni e condizionamenti, che inevitabilmente inciderebbero sulla loro obiettività e imparzialità* » (sentenza n. 69/2009).

Senza entrare nel merito delle varie proposte di riforma della *governance*, dall'indagine conoscitiva è emersa la necessità di dare effettiva applicazione ad alcuni principi fondamentali, che sono gli stessi per ogni servizio pubblico delle democrazie europee e, in particolare: indipendenza, trasparenza, responsabilità, sostenibilità.

È stato evidenziato che occorre garantire alla concessionaria del servizio pubblico indipendenza editoriale e autonomia, escludendo ogni forma di controllo esterno *ex ante* sulla sua attività. Ciò, si è detto, non esclude che essa debba rispondere delle proprie scelte davanti all'organismo parla-

mentare, che ben può orientarne l'azione salvaguardandone e, anzi, promuovendone l'autonomia e correggendo le storture che dovessero emergere. Quanto alle nomine interne all'Azienda, nel corso dell'indagine conoscitiva è emersa l'opportunità che tutte le nomine dei direttori aventi una valenza editoriale siano condivise dall'amministratore delegato con il consiglio di amministrazione che dovrebbe, quindi, in ogni caso esprimere un parere obbligatorio e vincolante.

È stato altresì affermato che trasparenza nei metodi di nomina e nei rapporti con le istituzioni e con l'organo di vigilanza sono essenziali per il buon funzionamento del servizio pubblico.

Queste osservazioni sono in sintonia con i principi posti dal Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, che ha proposto le seguenti linee direttrici che gli organismi di servizio pubblico dovrebbero applicare per modernizzare il loro sistema di *governance*: indipendenza, assunzione di responsabilità, gestione efficiente, capacità di risposta e responsabilità deontologica, trasparenza e apertura (v. in particolare, *Declaration of the Committee of Ministers on Public Service Media Governance* del 15 febbraio 2012).

Una necessità evidenziata da più parti nel corso dell'indagine conoscitiva è quella di allungare la durata del mandato dei vertici della concessionaria, in quanto gli attuali tre anni appaiono insufficienti a redigere e attuare interamente un piano industriale di un'Azienda così complessa.

Si è osservato che la durata del mandato dei vertici della maggior parte dei Servizi Pubblici europei è pari a cinque anni, che corrisponde, peraltro, alla durata del Contratto di servizio. Allineare i due termini permetterebbe di rendere la stessa *governance* che stipula il Contratto responsabile anche della sua completa attuazione.

### 2.3 I canali di finanziamento e le risorse.

La certezza e la stabilità delle risorse, reclamata da più parti nel corso dell'indagine conoscitiva, è una richiesta legittima per la programmazione di un'azienda di grandi dimensioni e che svolge un servizio di siffatta rilevanza e complessità.

È stato evidenziato, in particolare, che un livello adeguato di risorse è indispensabile al servizio pubblico radiotelevisivo per competere nel mercato sempre più globalizzato, multimediale e interconnesso della produzione audiovisiva.

D'altra parte, è innegabile altresì che la Rai debba garantire una gestione maggiormente oculata, l'attuazione di una razionalizzazione delle spese vera e propria – che non significa tagli indiscriminati e al di fuori di una strategia complessiva – e la riconversione del personale sottoutilizzato, anche attraverso la formazione specifica (in particolare, il passaggio al digitale richiede una modifica radicale dei processi e una conseguente ristrutturazione del lavoro e delle mansioni).

Infatti, una gestione tutt'altro che avveduta ha, nel tempo, prodotto l'attuale situazione di criticità del quadro economico finanziario della Rai, che appare tanto più grave in un momento in cui servono ingenti risorse per rimanere nel mercato.

Peraltro, se è vero che, tra i maggiori servizi pubblici europei, la Rai continua ad essere quello con il più basso costo per i cittadini, è anche quello con la più elevata incidenza dei ricavi pubblicitari.

Occorre rimarcare che la Rai non dovrebbe trarre alcun indebito vantaggio commerciale dal proprio ruolo di servizio pubblico e dal conseguente finanziamento.

Per questo serve, in primo luogo, un reale sistema di contabilità separata che impedisca di utilizzare, direttamente o indirettamente, i ricavi derivanti dal canone per finanziare attività non inerenti al servizio pubblico generale radiotelevisivo, tra le quali andrebbero espressamente annoverate la produzione, l'acquisizione o cessione, la distribuzione o comunicazione al pubblico, sotto qualsiasi forma, di programmi che non costituiscono adempimento degli obblighi di servizio pubblico.

Senza alcune correzioni necessarie, l'attuale modello di separazione contabile non assicura il pieno rispetto degli obblighi assunti a livello europeo onde evitare che il finanziamento al servizio pubblico sia considerato un « aiuto di Stato » in violazione dell'articolo 87 del Trattato istitutivo della

Comunità europea, secondo quanto affermato anche dal Presidente dell'Agcom nel corso dell'indagine conoscitiva.

Si ricorda che proprio l'Agcom ha accertato la violazione del principio di trasparenza e non discriminazione in relazione ai listini pubblicitari e alla relativa scontistica applicati dalla Rai, con un provvedimento (delibera 61/20/CONS) giudicato legittimo in primo grado dal giudice amministrativo (a questa data, il ricorso è pendente in grado di appello davanti al Consiglio di Stato).

Dall'indagine conoscitiva è altresì emerso che il *mix* di risorse canone-pubblicità non sembra destinato a poter durare ancora a lungo nelle condizioni che abbiamo visto finora.

In primo luogo, occorre tener conto dei nuovi limiti di affollamento di cui al decreto legislativo 208/2021 – attuativo della direttiva (UE) 2018/1808 – che, è stato evidenziato, impatta in particolare sulla fascia 18-24 di Rai1, la più pregiata.

In secondo luogo, il mercato della pubblicità si è spostato dalla carta stampata e dalla tv generalista verso *internet*. La pubblicità sarà, quindi, un bene sempre più scarso sul quale la Rai non potrà fare affidamento.

I principali fattori che insieme hanno concorso ad una drastica riduzione delle risorse a disposizione del servizio pubblico sono: da un lato una contrazione della raccolta pubblicitaria televisiva a vantaggio principalmente della pubblicità *on line*, con un sorpasso di quest'ultima sulla prima nel corso della pandemia e una destinazione della raccolta pubblicitaria *on line* che in grandissima prevalenza afferrisce a operatori multinazionali come Google, Facebook ed Amazon; dall'altro lato una riduzione del valore complessivo del canone di abbonamento alla radiotelevisione, in termini sia assoluti sia relativi nel confronto con altri servizi pubblici radiotelevisivi europei; in terzo luogo la sottrazione alla Rai di una quota annuale delle entrate derivanti dagli effettivi versamenti a titolo di canone (cosiddetto *extra* gettito).

Su tale sfondo, se è senz'altro opportuno garantire certezza di risorse al servi-

zio pubblico radiotelevisivo ai fini di una migliore programmazione degli investimenti, quanto invece alla consistenza delle risorse stesse, una riflessione sulla destinazione – totale o parziale – dell'*extra* gettito non si può aprire senza, in parallelo, valutare condizioni e garanzie sull'utilizzo di queste somme.

Peraltro, l'*extra* gettito è attualmente impiegato, in particolare, per finanziare il Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione per il quale, quindi, si dovrebbe preliminarmente reperire una fonte di finanziamento alternativa.

L'attribuzione alla Rai di una parte o dell'intero *extra* gettito dovrebbe opportunamente essere accompagnato dalla previsione della destinazione di una quota minima di investimenti nella produzione di contenuti audiovisivi originali di qualità, in sintonia con l'attività di riforma di cui al citato decreto legislativo n. 208/2021 e nel quadro di un aumento delle quote di investimento obbligatorio che avvicini la realtà italiana alla media europea e che tendenzialmente si orienti verso i livelli di eccellenza raggiunti dal caso francese.

Parimenti, si potrebbe introdurre una prescrizione di destinazione di una quota minima e non riducibile di investimenti nel settore digitale, che è cruciale per la sopravvivenza nell'attuale mercato dell'audiovisivo.

#### 2.4 Produzione audiovisiva e tutela della proprietà intellettuale.

Una componente fondamentale dell'attività di servizio pubblico è l'offerta di contenuti culturali, in particolare, cinema, *fiction* e documentari.

In questo ambito, com'è noto, lo scenario è stato rivoluzionato negli ultimi anni: il servizio pubblico è piccolo rispetto ai giganti del digitale che dispongono di cifre estremamente importanti e riescono ad attrarre un pubblico ampio e variegato e sono i principali responsabili della fuga dei giovani dalla tv lineare e dai *broadcaster* tradizionali. In tal senso, appaiono significativi i dati forniti dall'EBU che, con riferimento al 2019, mettono in evidenza come

i dieci principali « giganti » di *internet* e del *tech* dispongano di ricavi d'esercizio ben più considerevoli di quelli dei *public service media* europei e che tale divario risulti accresciuto negli ultimi anni.

Nel corso dell'indagine conoscitiva è emerso che la Rai, nonostante il mutato contesto competitivo, investe sempre meno nell'industria culturale dei contenuti.

Invero, la contrazione complessiva delle risorse a disposizione del servizio pubblico radiotelevisivo è stata interpretata dalla *governance* Rai in senso ulteriormente restrittivo in relazione alla produzione audiovisiva: a fronte di un investimento di circa 300 milioni di euro su serialità, cinema, documentari e animazione, la quota destinata a Rai Fiction per le produzioni audiovisive nel 2020 è stata di circa 190 milioni per il 2020 e di 160 milioni per il 2021.

Siamo dunque di fronte a una riduzione degli investimenti di circa il 20 per cento su base annua: una preoccupante tendenza al disimpegno del servizio pubblico sull'audiovisivo, che rischia di avere un effetto di trascinamento al ribasso anche per il 2022 e gli anni successivi.

Nel corso dell'indagine conoscitiva è stata sottolineata l'utilità di incentivare e promuovere la diversità dell'offerta audiovisiva guardando al complesso dell'articolazione dei palinsesti e dei canali Rai, superando così la concentrazione di *fiction* originali italiane sulla sola Rai Uno, attraverso una loro più diffusa programmazione sugli altri canali generalisti del servizio pubblico: un metodo di diversificazione che potrebbe valorizzare presso il grande pubblico la promozione della produzione audiovisiva sostenuta dalla Rai.

Inoltre, è stato osservato che, nonostante la creazione di una direzione *ad hoc* per i documentari, il *budget* assegnato a questo prodotto è stato finora del tutto inadeguato.

Se la Rai vuole confermare l'assunto secondo il quale rappresenta la più importante industria culturale del Paese, si è detto, occorre modificare le tendenze negative.

È stata inoltre rilevata la necessità di investire maggiormente su prodotti per ragazzi, sia sui canali lineari che sulla piattaforma digitale. Se ad oggi la legislazione già prevede delle quote di investimento per il genere *kids*, al fine di massimizzare gli investimenti il prodotto andrebbe maggiormente valorizzato dal sistema Rai senza essere relegato su canali tematici. Espletare la funzione di servizio pubblico significa anche rivolgersi ad ogni tipo di *audience*: ripristinare strisce di programmazione di contenuto *kids* sui canali generalisti permetterebbe alla Rai di crescere ed educare il pubblico di domani, come ha fatto fin dalla sua nascita. Con l'avvento delle nuove tecnologie, inoltre, lo sfruttamento del prodotto per ragazzi su piattaforme *digital* – più facilmente fruibile dal pubblico più giovane – consentirebbe alla Rai di essere più competitiva rispetto agli attori del mercato *streaming*.

Le società di produzione audite hanno richiamato il modello BBC, la quale ha razionalizzato i costi interni per investire di più sul prodotto e valorizzare i produttori indipendenti, asserendo che una collaborazione fruttuosa e un rapporto trasparente tra *broadcaster* pubblico e produttori indipendenti giovano all'intero settore e innescano un circolo virtuoso.

È stato osservato che la Rai, invece, agisce, nella competizione con i privati, in termini difensivi.

Si è affermato che la Rai dovrebbe sempre scegliere il prodotto migliore, anche quando ciò significa affidarsi prevalentemente a società esterne, che siano le principali o quelle medio-piccole.

Quale sia il prodotto migliore è, tuttavia, una domanda che merita un approfondimento considerata l'anomalia della fattispecie Rai, un soggetto che sta contemporaneamente nel mercato e fuori dallo stesso e che, conseguentemente, dovrebbe scegliere il prodotto che più le consente di adempiere i propri compiti di servizio pubblico secondo canoni qualitativi e non di popolarità o successo.

È stata inoltre espressa la convinzione, soprattutto da parte di alcuni membri della Commissione, che si debba conservare un

equilibrio tra produzione interna ed esterna dell'Azienda, che la Rai debba valorizzare le proprie risorse interne e, considerate le recenti esperienze, debba evitare di concedere in appalto la produzione di programmi, di rilievo nazionale, che hanno un impatto fondamentale per l'adempimento del contratto di servizio.

Nel corso dell'indagine conoscitiva è stato messo in rilievo che, nel campo della promozione dell'audiovisivo nazionale, la Rai può svolgere una funzione preziosa e insostituibile attraverso l'acquisizione o la coproduzione di prodotti di qualità italiani, anche allo scopo di una loro valorizzazione sui mercati esteri attraverso l'utilizzo della propria rete di distribuzione.

Il tema della promozione della produzione audiovisiva si lega anche a quello della formazione e della valorizzazione delle competenze che alimentano l'autorialità italiana.

In questo senso, nel corso delle audizioni è stato espresso l'auspicio che la Rai, come editore televisivo e multimediale di servizio pubblico, riservi una voce di *budget* allo sviluppo di una linea d'intervento specifica per la formazione di autori nel settore dell'audiovisivo.

È stato, in particolare, citato l'esempio della *Writersroom* della BBC: un dipartimento specifico del servizio pubblico radiotelevisivo britannico, rivolto alla individuazione e allo sviluppo di nuovi talenti e alla valorizzazione di professionisti già attivi nel campo della sceneggiatura audiovisiva, con un accento sulla diversità e la multimedialità, orientato ad offrire a tutta l'industria dell'audiovisivo britannico un ampio spettro di opportunità di formazione e di indirizzo creativo.

Questo avrebbe un ritorno in termini di prodotto; con i talenti si vince, anche rispetto alle piattaforme.

Inoltre, il necessario sostegno alle eccellenze del settore è una premessa necessaria per intercettare il pubblico giovane.

Sul piano degli incentivi economici e fiscali, si potrebbe valutare un'estensione alle opere audiovisive del *tax credit* previsto dalla Legge 220/2016 che attualmente esclude dai propri benefici le aziende che

producono programmi di informazione e attualità.

Un'azienda audiovisiva che investe nello sviluppo, nella scrittura, nell'assunzione di professionisti, nell'edizione di un programma di genere di intrattenimento (i cui ascolti e la cui coerenza editoriale con la rete magari sono superiori ad un prodotto di *fiction*) non ha diritto a credito di imposta, continuando ad essere considerata « ancillare » rispetto alla produzione culturale di un film. Per cui, proprio al fine di sostenere la produzione di contenuti culturali, anche maggiormente calati nella realtà della società, potrebbe essere opportuno estendere la misura del credito di imposta alla produzione ai *format* prodotti da produttori indipendenti.

Infine, la tutela della proprietà intellettuale è un tema reso più complesso dalle nuove condizioni produttive introdotte anche in Italia dagli OTT, che a fronte dell'offerta di nuove opportunità per la comunità dell'audiovisivo tendono a imporre cessioni di lungo periodo e comunque tali da indebolire l'emersione e il consolidarsi di nuovi talenti creativi e produttivi.

Nel corso dell'indagine conoscitiva è stato evidenziato che la Rai, quando commissiona la realizzazione di un programma tratto da un *format* originale proposto e ideato da un produttore indipendente italiano, tende ad acquisirne la proprietà intellettuale per intero o in parte, e comunque senza mai scendere sotto la soglia del 50 per cento. In aggiunta, la Rai mantiene anche il controllo della distribuzione.

Ciò, analogamente a quanto accade con gli OTT, è suscettibile di produrre un effetto di disimpegno creativo e produttivo sia sui *format* originali sia sul complesso dei prodotti, mentre dal servizio pubblico radiotelevisivo ci si attende la messa in atto di pratiche virtuose di sostegno al produttore indipendente e un contributo allo sviluppo dell'industria audiovisiva italiana.

Si potrebbe ipotizzare di fare riferimento, ancora una volta, al modello della BBC e, nello specifico, al « *Code of Practice* » che il servizio pubblico radiotelevisivo britannico ha introdotto nel 2018 con l'obiettivo sia di « *valorizzare il proprio ruolo*

*di strumento e stimolo allo sviluppo del settore dei produttori indipendenti ... su basi di correttezza e trasparenza* », e sia di « *specificare in modo trasparente il processo di affidamento, dare ai fornitori esterni informazioni chiare sui requisiti e affidare i programmi in appalto ai produttori indipendenti con modalità aperte e leali in considerazione della qualità e del prezzo delle rispettive proposte* ».

Il protocollo varato dalla BBC prevede, tra l'altro, che vi sia ampia pubblicità sul calendario pubblico delle trattative per il calendario di appalto, sul tariffario con prezzi indicativi per ogni genere audiovisivo e sui diritti acquisiti e i relativi termini di pagamento. Gli obiettivi concretamente perseguiti dal *Code of Practice* – sotto la supervisione congiunta dell'OfCom e del PACT (la *Producers Alliance for Cinema and Television*, analoga al nostro APA) possono essere così riassunti: i diritti sul materiale commissionato rimangono in ultima istanza di proprietà del produttore che l'ha creato; la licenza BBC sul materiale commissionato è normalmente della durata di cinque anni, prorogabili per altri due; il produttore indipendente detiene i diritti di ultima istanza di sfruttamento commerciale, cedendo alla BBC durante il periodo di licenza una quota compresa tra il 25 per cento e il 50 per cento dei ricavi da distribuzione nazionale e del 15 per cento per lo sfruttamento internazionale.

Nel complesso, il modello « *Code of Practice* » appare coerente con una tradizione normativa britannica che nel corso degli anni ha protetto e valorizzato la produzione indipendente, in particolare attraverso la tutela della proprietà intellettuale e dei diritti di commercializzazione dell'opera, facendo dell'industria creativa audiovisiva britannica una storia di successo per tutta l'Europa.

I sopra menzionati principi e linee di condotta devono, tuttavia, tenere conto della specificità del nostro servizio pubblico radiotelevisivo. In particolare, per quanto concerne le produzioni di valore storico, artistico, e culturale o che comunque afferiscono all'offerta obbligatoria prevista dalla legge, è opportuno che la Rai conservi nel

tempo i diritti di trasmissione, anche al fine di arricchire e consolidare il proprio archivio storico, che costituisce patrimonio essenziale per un efficace sviluppo della complessiva missione di servizio pubblico.

### CAPITOLO 3

#### *Conclusioni*

L'indagine svolta ha consentito alla Commissione di rilevare la complessità e l'ampiezza dei temi trattati e di individuare alcuni punti critici sui quali intervenire.

È necessario che la Rai rafforzi la propria identità di servizio pubblico nell'attuale contesto multimediale interattivo e recuperi prestigio, anche a livello internazionale, puntando su contenuti innovativi di alto livello qualitativo e facendosi carico di nuovi servizi fondamentali, quali l'alfabetizzazione digitale della popolazione.

Occorre dare effettiva applicazione ai principi basilari di indipendenza, trasparenza, responsabilità e sostenibilità nella *governance* del servizio pubblico, escludendo ogni forma di controllo esterno *ex ante* sulla gestione dell'Azienda, fermi restando i poteri di indirizzo e vigilanza della Commissione.

Si ravvisa l'utilità di estendere l'attuale durata triennale del mandato dei componenti del consiglio di amministrazione dell'Azienda, in linea con gli *standard* europei, al fine di assicurare una gestione più efficace ed efficiente e una pianificazione di ampio respiro.

Occorre garantire alla concessionaria del servizio pubblico risorse certe e adeguate, ferma restando la necessità di una razionalizzazione delle spese, nell'ambito di una strategia complessiva, che preveda anche una ristrutturazione del lavoro e delle mansioni per soddisfare le esigenze derivanti dalla trasformazione digitale.

È urgente che la Rai metta in atto un reale e trasparente sistema di contabilità separata che impedisca di utilizzare, direttamente o indirettamente, i ricavi derivanti

dal canone per finanziare attività non inerenti al servizio pubblico.

L'incremento delle risorse, derivante dall'assegnazione, in tutto o in parte, dell'extra gettito, dovrebbe essere accompagnato dalla previsione di una quota minima di investimenti nella produzione di contenuti originali di qualità e nel settore digitale, oltre che dalla già citata razionalizzazione delle spese.

La Rai deve accrescere gli investimenti nella produzione interna, valorizzando le proprie risorse, con particolare riferimento ai contenuti strategici per l'adempimento dei compiti del servizio pubblico.

È necessario che la Rai adotti criteri di maggiore correttezza e trasparenza nella gestione della proprietà intellettuale delle opere audiovisive, in particolare per quanto attiene il controllo e la durata dei diritti di commercializzazione, al fine di tutelare l'industria nazionale dell'audiovisivo e di valorizzare la creatività originale e le produzioni indipendenti, avendo attenzione anche alla promozione della nostra cultura nazionale e dei nostri territori. Inoltre, si pone l'esigenza che la concessionaria conservi nel tempo i diritti di trasmissione dei contenuti afferenti l'offerta obbligatoria prevista dalla legge, anche al fine di arricchire e consolidare l'archivio storico dell'Azienda.

La Rai – anche attraverso il prossimo Contratto di servizio – dovrebbe porre in essere le azioni idonee a contribuire allo sviluppo e al sostegno del settore audiovisivo nazionale, all'individuazione e alla formazione dei talenti in tale ambito e alla valorizzazione sui mercati esteri dei prodotti italiani attraverso la propria rete di distribuzione.

Infine, la Rai dovrebbe promuovere l'innovazione tecnologica e mantenere un ruolo di guida nella ricerca e sviluppo che supporti l'effettivo adempimento della sua missione in una logica condivisa e di collaborazione, anche in forma societaria o associativa con gli altri operatori del settore radiotelevisivo, al fine di creare le condizioni per un rafforzamento del sistema radiotelevisivo italiano in una prospettiva multiplatforma.