

CAMERA DEI DEPUTATI N. 2924

PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del deputato **MARAZZITI**

Disposizioni in materia di organizzazione della società concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, abolizione del canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione e istituzione del contributo per la pubblica editoria e il sistema nazionale delle radio-telecomunicazioni, nonché delega al Governo per il coordinamento normativo

Presentata il 3 marzo 2015

ONOREVOLI COLLEGHI! — Il sistema radiotelevisivo, nell'età digitale, continua a rappresentare un luogo centrale e sempre in evoluzione per la realtà nazionale. Il sistema radiotelevisivo pubblico rimane la più vasta industria culturale del Paese e, in tempi di grande cambiamento, costituisce uno snodo di particolare importanza per accompagnare i cittadini nella globalizzazione senza smarrimenti e rappresenta un volano indispensabile, insieme con le altre grandi istituzioni educative, per la crescita del senso di appartenenza nazionale, del rispetto delle diversità culturali, sociali, generazionali, linguistiche, etniche e politiche, all'interno di un comune *ethos* nazionale, capace di valorizzare l'Italia e i

cittadini italiani, in Italia e all'estero, in tutte le loro potenzialità. Per questo la presente proposta di legge intende intervenire e innovare rispetto alla normativa esistente, regolata dalla legge 3 maggio 2004, n. 112, ridefinendo in particolare la forma di organizzazione e di governo, il ruolo dei cittadini, del Parlamento e dell'azionista e le forme di finanziamento della società concessionaria (la RAI-Radiotelevisione Italiana Spa), per garantirne la capacità di innovazione e il pluralismo, la capacità di competere, sul terreno della convergenza tra le piattaforme, dell'innovazione e dell'offerta, con altri soggetti sul mercato interno e internazionale, a vantaggio dell'intero sistema radiotelevisivo e

delle telecomunicazioni, anche al fine di migliorare il rapporto tra la televisione pubblica e i cittadini, coniugando l'esigenza di centralità del Parlamento, nella garanzia del pluralismo, con le ragioni dell'indipendenza della cultura e dell'informazione da qualunque improprio assoggettamento all'azione politica.

L'Italia è caratterizzata, sul piano della concorrenza, da un sistema radiotelevisivo connotato da grande rigidità, un duopolio imperfetto, che ha rallentato la crescita di un mercato innovativo e maturo dell'audiovisivo. La televisione pubblica, come quella commerciale di qualità, rappresenta da tempo il principale mezzo di sostegno e incoraggiamento dell'innovazione, come pure della crescita delle professionalità nel mercato dei prodotti audiovisivi, anche di giovani e piccoli soggetti. In un recente passato, a causa dell'andamento dei mercati, si sono però consolidate distorsioni e penalizzazioni involontarie del mercato, con meno operatori nel Mezzogiorno d'Italia (la maggior parte dei soggetti privati che collaborano con il servizio pubblico radiotelevisivo è dislocata nel centro-nord del Paese): questo ha prodotto omogeneizzazione dell'offerta, creando un eccesso di somiglianza tra televisione commerciale e televisione pubblica. Si è anche registrato a più riprese il tentativo di bilanciare forme di predominanza di uno dei soggetti in campo, ma ripetutamente dalla società civile più avvertita e anche dal Parlamento si sono levate voci a richiedere nuove modalità in grado di ridurre un eccesso, a fasi alterne, di «ingerenza della politica» o dei «partiti» — peraltro in una fase di transizione tuttora in corso — nel servizio pubblico.

Questo ha assorbito la maggior parte degli sforzi del sistema politico, enfatizzando l'attenzione sull'uso «politico» della televisione, riducendo dibattito, priorità e investimenti sul lato della qualità del servizio pubblico radiotelevisivo e del servizio pubblico nel suo complesso. L'assenza di un indice di qualità e di gradimento dei programmi, l'assenza di una commissione indipendente per la qualità dei pro-

grammi, il ruolo dell'Auditel sono tra i fattori che hanno contribuito all'omologazione del prodotto televisivo e hanno fatto regredire, anche nella percezione comune, la funzione di servizio pubblico, nonostante significativi esempi di segno contrario.

Contemporaneamente, trent'anni di televisione commerciale a livello planetario hanno formato il gusto medio e i costumi di vita della nazione, aprendo anche la via a fenomeni come la «videocrazia» o la «tele democrazia», che rappresentano altrettante tentazioni plebiscitarie dei processi democratici, incoraggiando un'idea di democrazia come mera «dittatura della maggioranza», senza un sistema di pesi e contrappesi. Le grandi innovazioni tecnologiche, l'affermarsi dei *social media*, sempre più convergenti anche con l'informazione e la comunicazione radio-televisiva, hanno fatto crescere la domanda di indipendenza e trasparenza, insieme con una richiesta di partecipazione diretta che non è immune da pratiche plebiscitarie e che, mentre indica un bisogno, sembra non avere incontrato ancora risposte adeguate, in grado di garantire anche i cittadini meno connessi alla rete *internet* e quanti esprimono con voce sommessa, per motivi generazionali o per scelta, il bisogno di intrattenimento, competenza e informazione la cui offerta è precipua responsabilità democratica.

In questo quadro acquista particolare rilievo il «servizio pubblico», autentico bene comune. Esso è la chiave di volta della qualità dell'offerta radiotelevisiva. Costituisce, infatti, un sano ampliamento della concorrenza e dell'accesso di più soggetti al mercato radiotelevisivo e digitale, alle frequenze e alla banda larga e, in tal modo, alla vita sociale.

In Europa, al contrario degli Stati Uniti e di altri Stati extraeuropei, la televisione è nata e si è sviluppata prevalentemente come servizio pubblico, con una grande funzione pedagogica e di unità nazionale, quella degli inizi. Questo bisogno e questa responsabilità, in forme nuove, appaiono parte integrante della sfida di sistema dell'intero servizio radiotelevisivo pub-

blico. « Informare », « educare » e « divertire » rimangono il centro della missione di un servizio pubblico radiotelevisivo maturo, italiano come europeo. A causa della differenza di regole e linguaggi televisivi e delle rapide trasformazioni, la vocazione culturale del servizio pubblico ha finito per metter in difficoltà il servizio pubblico stesso che attraversa, in maniera ricorrente, una fase di ricerca di moduli competitivi, di successo, capaci anche di comunicare alle fasce più svantaggiate della popolazione, e, al tempo stesso, di incontrare il favore generalizzato del pubblico e larghi uditorii. Una larga letteratura sulle nozioni di « cultura alta » e « cultura bassa » mostra una difficoltà antica, che oggi si tramuta nella sfida di una « cultura di massa » la quale non sia solo manovrata da gruppi economici che, per loro natura, seguano prevalentemente o esclusivamente fini di profitto. È questa una delle sfide del servizio pubblico e la ragione centrale della sua stessa esistenza e necessità, perno della democrazia del Paese, sia dal lato della fruizione sia da quello della produzione e dell'offerta: esse non possono dipendere soltanto dalle disponibilità di capitali e dal controllo del mercato, pena la caduta di un diritto di ogni cittadino, come individuo e come associato, e la perdita di contrappesi nella formazione dell'opinione pubblica e nella coesione nazionale, con danno o impoverimento della funzionalità stessa della democrazia.

Il ruolo prevalentemente pedagogico della televisione pubblica di prima generazione, unidirezionale, come continuazione della pubblica istruzione, appare da tempo non più proponibile in senso stretto per il servizio pubblico. Ma la sfida di rappresentare un potente strumento di cultura di massa, unità del Paese, innovazione e interazione democratica, non unidirezionale, non dominata solo da logiche di mercato né dalle forze politiche di volta in volta prevalenti, ma attenta essa stessa alla dimensione « sociale » del mercato fino ad esserne elemento pro-attivo, è quanto mai attuale. Gli esempi di capacità del servizio pubblico di rappresentare e

creare eventi culturali rappresentano un'indicazione importante delle potenzialità inespresse della televisione contemporanea. È da queste sfide che viene la necessità di innovare dispositivi e quadro di riferimento della legge vigente.

Nel contempo, il servizio pubblico — mentre rappresenta un'eccellenza nel concerto delle emittenti pubbliche europee per patrimonio, capacità di penetrazione, solidità di mercato e capacità produttive a fronte delle risorse disponibili — appare oggi più libero, nella fluidità della globalizzazione, di rappresentare il prodotto nazionale in maniera adeguata, come protagonismo e filtro da opporre a colonizzazioni culturali o semplicemente commerciali: nel gusto, nella moda, nell'arte, nella valorizzazione territoriale e produttiva del Paese e dell'Italia come « terra », nei costumi di vita e nelle tradizioni culturali radicati nella storia e nella ricchezza dei « cento campanili » e delle loro vicende territoriali. Esso può altresì operare, più di quanto avviene, anche a sostegno dell'industria cinematografica e audiovisiva, che rappresenta altrettanta eccellenza contemporanea. Il servizio pubblico può essere uno strumento per la diffusione internazionale dei prodotti italiani e dell'Italia all'estero (televisione internazionale non solo per gli italiani all'estero, ma per rappresentare l'Italia all'estero), se si pone mano ai correttivi necessari nella nuova grande transizione mondiale.

Nell'era della digitalizzazione e della produzione e fruizione non più analogica, nell'era del *web* e della crescita di una fruizione non solo generalista, ma *cult* e tematica, il servizio pubblico mantiene centralità e rimane un bene strategico, irrinunciabile e non solo importante per l'Italia. Infatti, occorre conservare un'area di produzione e diffusione culturale non sottoposta totalmente alle leggi del mercato, ricordando che il pluralismo non è la mera giustapposizione di più soggetti, politici o commerciali, i quali possono pure operare differenziandosi, ma rischiano di essere varianti del medesimo pensiero e di una stessa visione del mondo. Questo non

rappresenta in maniera profonda né il bisogno di pluralismo, indipendenza e varietà che è costitutivo della radiotelevisione e delle comunicazioni di qualità, né corrisponde ai bisogni profondi — e non indotti in maniera artificiale o temporanea — della cittadinanza.

Il servizio pubblico radiotelevisivo rimane centrale nella crescita di una democrazia matura, anche in tempi in cui la complessità aumenta insieme con la domanda di semplificazione, ponte e canale di interazione con altri media e piattaforme (stampa, cinema, telefonia e *web*), indipendentemente dalla forma di fruizione mediante visione o ascolto, individuale, personalizzata o collettiva. Esso tutela un bene comune necessario alla promozione del pieno sviluppo democratico, sociale, culturale e dei diritti umani di ogni società e, in particolare, del diritto di ogni cittadino, come individuo e come persona associata in comunità, a ricevere e diffondere informazioni, idee, opinioni attraverso l'accesso effettivo a tutte le piattaforme di trasmissione disponibili.

Il pluralismo sociale, politico, religioso, culturale, etnico, linguistico, generazionale è tratto distintivo e bene irrinunciabile di una società democratica. La sua espressione e rappresentazione è elemento costitutivo del servizio pubblico.

Il servizio pubblico ha per obiettivi e responsabilità: *a)* promuovere educazione e apprendimento; *b)* sostenere il senso di cittadinanza e appartenenza alla stessa comunità nazionale; *c)* sostenere il pluralismo delle diverse comunità all'interno della comunità nazionale; *d)* dare voce e sostenere la società civile; *e)* stimolare la creatività e la conoscenza di massa (compresi il sostegno alle industrie culturali nonché la selezione e l'accesso di nuovi talenti e soggetti culturali); *f)* rappresentare le regioni, le culture e i beni culturali delle diverse comunità e storie locali; *g)* diffondere nel mondo la conoscenza dell'Italia all'estero e dell'Italia dell'estero, nonché la conoscenza del mondo in Italia; *h)* accompagnare l'Italia in Europa e l'Europa tra gli italiani; *i)*

portare al grande pubblico i benefici delle rivoluzioni tecnologiche e delle diverse piattaforme, assumendo un ruolo di guida nella fruizione digitale e, oggi, nel passaggio a nuove piattaforme; *l)* garantire informazione aperta e non condizionata dalla committenza pubblicitaria o commerciale e, in questo servizio, il pluralismo delle culture politiche, sociali, generazionali, linguistiche, etniche, religiose; *m)* offrire un laboratorio e un canale privilegiato di diffusione nazionale e internazionale dell'Italia.

L'informazione rimane un bene necessario e l'esclusione dell'occupazione militante dei partiti dall'informazione pubblica appare una necessità nella necessità. Occorre cogliere il bisogno di informazione che si sta aggregando spontaneamente — o, in altri casi, in dipendenza dai soggetti capaci di creare e controllare grandi flussi di contatti, etero-diretto — a partire dalla rete e dalle convergenze di piattaforme (*podcast*, video, televisione).

La soluzione finora praticata per garantire il pluralismo politico e sociale nel nostro Paese, quella di assegnare al Parlamento, attraverso il ruolo centrale della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, i poteri di nomina del consiglio di amministrazione e un potere di vigilanza su tutti gli aspetti della radiotelevisione pubblica, ha conservato la centralità del Parlamento, ma si è rivelata in più di un'occasione come uno strumento che non ha impedito ingerenze, avvertite da vasta parte del Paese come negative, della « politica » e dei « partiti » nell'azione della televisione pubblica.

Per questo, pur mantenendo al Parlamento prerogative di centralità, a garanzia di tutti i cittadini italiani, si ritiene necessario operare cambiamenti sul terreno dell'organizzazione e del governo della società concessionaria, in grado di dare più competitività alla RAI e al servizio pubblico radiotelevisivo e, al tempo stesso, di creare maggiore partecipazione nei meccanismi di nomina dei consiglieri e dell'alta dirigenza incaricata di assolvere alla funzione assegnata al servizio pub-

blico dall'ordinamento dello Stato. I cambiamenti proposti includono la previsione di un consiglio di sorveglianza e di un consiglio di gestione — con le modalità e i criteri di scelta dei e di elezione dei membri sono sotto specificati — e il rafforzamento dell'alta dirigenza e della figura del Presidente-amministratore delegato. Nel contempo, attraverso la sostituzione del canone con un'imposta universale (con fasce di esenzione) che assicuri importi certi, riduca l'evasione e l'elusione e fornisca nuove entrate anche a sostegno della modernizzazione dell'intero sistema radiotelevisivo pubblico e privato, si offre uno strumento operativo di grande importanza per il raggiungimento dei fini assegnati nella grande fase di trasformazione dell'intero settore a livello mondiale.

L'evoluzione democratica dell'Europa occidentale, dal secondo dopoguerra e dalla nascita della televisione, ha ritenuto lo sviluppo del servizio pubblico come una dimensione connaturata alla democrazia e un bene di utilità comune, a vantaggio dei cittadini. In forme diverse, questa scelta è stata rinnovata anche all'interno dell'Unione europea e in una cornice di libera concorrenza.

Nel solco del Protocollo n. 29 allegato al Trattato di Lisbona dell'Unione europea, che vede il servizio pubblico «direttamente collegato alle esigenze democratiche, sociali e culturali di ogni società, nonché all'esigenza di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione», la principale funzione del servizio pubblico radiotelevisivo nell'era digitale è quella di recuperare la propria identità agli occhi del pubblico e rimuovere i nodi problematici avvertiti dagli utenti.

I referenti del servizio pubblico sono i cittadini e la nazione, nei cui confronti l'operatore pubblico, ancorché attivo in un sistema disciplinato da regole di mercato, deve esercitare con pienezza il proprio ruolo. Come affermato nell'ambito dell'Unione europea, il servizio pubblico radiotelevisivo ha natura e ragion d'essere peculiari. Ciò che lo differenzia dai suoi competitori commerciali dovrebbe essere la qualità della programmazione in tutte le

sue forme (qualità dell'offerta, varietà di generi, contenuti e temi, capillarità e qualità nella rappresentazione del Paese e del mondo di riferimento).

Essere «servizio pubblico radiotelevisivo», dalla parte dei cittadini, per evitando in radice ogni possibile indebita tentazione di ingerenza della politica nell'informazione radiotelevisiva, nel bisogno di un utilizzo intelligente e trasparente dei fondi dei cittadini messi a disposizione del servizio pubblico radiotelevisivo, è una responsabilità dei decisori politici e una necessità delle democrazie mature. Nel contempo, rimane prioritaria la responsabilità del Parlamento nella sorveglianza e nella perimetrazione dell'informazione politica e del pluralismo, a garanzia di tutti, e in tal senso può essere rivisto, in maniera appropriata e con un orientamento preciso, non onnicomprensivo, il ruolo di una Commissione parlamentare di vigilanza.

La presente proposta di legge si pone l'obiettivo di riformare i criteri di nomina degli amministratori della società RAI-Radiotelevisione italiana Spa, di abolire il canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione e istituire il contributo per la pubblica editoria nonché di attribuire al Governo la delega per il coordinamento normativo.

Per quanto attiene alla riforma dei criteri di nomina degli amministratori della RAI-Radiotelevisione italiana, la proposta ha come obiettivo principale quello di cambiare l'attuale sistema di nomina dei vertici aziendali. Come è noto, infatti, oggi il sistema di governo della RAI prevede un consiglio di amministrazione di nove membri, di cui sette nominati direttamente dal Parlamento attraverso la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, e due dall'azionista pubblico (il Ministero dell'economia e delle finanze), tra cui il Presidente (la cui scelta deve comunque essere ratificata dalla Commissione stessa con la maggioranza qualificata dei due terzi dei suoi componenti).

Sotto il profilo gestionale, l'attuale assetto comporta una serie di criticità:

quella principale afferisce al fatto che il consiglio di amministrazione non ha poteri di proposta (al contrario di quanto previsto dal codice civile per le società per azioni), in quanto tali poteri sono attribuiti al direttore generale, nominato dal consiglio d'intesa con l'azionista Ministero dell'economia e delle finanze. Vi è inoltre un collegio sindacale di tre membri, con il compito di vigilare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della società.

La situazione attuale, come sopra detto, limita fortemente la capacità della RAI di muoversi come azienda in un contesto competitivo che, al contrario, richiede la massima efficacia (in termini di conseguimento degli obiettivi) ed efficienza (nell'utilizzo delle risorse) della gestione.

Per superare tale situazione si propone l'adozione di un modello dualistico, che si caratterizza per l'abolizione del collegio sindacale e per l'introduzione di due organi: il consiglio di sorveglianza e il consiglio di gestione. In estrema sintesi, il consiglio di sorveglianza ha il compito di garantire il rispetto della missione di servizio pubblico, mentre il consiglio di gestione ha il compito di amministrare la società. In considerazione dei rilevanti e imprescindibili motivi di interesse generale connessi allo svolgimento del servizio pubblico generale radiotelevisivo da parte della concessionaria, il consiglio di sorveglianza è composto da undici membri, designati da soggetti istituzionali in rappresentanza dello Stato, delle autonomie locali e dell'autorità di vigilanza nonché dai dipendenti della società.

Con questo nuovo sistema di nomina si darebbe vita ad una forma di governo societario più snella e più autonoma, anche al fine di svolgere con maggiore efficacia la propria missione di servizio pubblico radiotelevisivo. Per queste ragioni mi auguro che il Parlamento esamini e approvi la presente proposta di legge, per poter dar vita ad una nuova fase di sviluppo del servizio pubblico radiotelevisivo, fondata su tre principi cardine: massima autonomia, pluralismo e trasparenza.

In questo quadro appare opportuno provvedere anche all'abolizione del canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione e alla contestuale istituzione del contributo per la pubblica editoria e il sistema nazionale delle radio-telecomunicazioni.

Il canone di abbonamento non corrisponde infatti a un contratto tra i cittadini e servizio pubblico offerto. È una tassa, la cui riscossione è delegata alla RAI, per il possesso del televisore, con alcune eccezioni di ampliamenti, in linea con le scelte operate da altri Stati europei in un'epoca antecedente allo sviluppo del sistema digitale e dello *smartphone*, oggi completamente superata.

Il canone italiano è il più basso d'Europa per le emittenti pubbliche. Nonostante ciò, è una tassa evasa, secondo stime, dal 27 per cento degli italiani, con forte disomogeneità territoriale.

Lo Stato, come è noto, fissa ogni anno l'entità della tassazione annuale per il possesso dell'apparecchio radiotelevisivo, per le famiglie, le imprese e i pubblici esercizi. Ai sensi dell'articolo 17 del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, le imprese e le società devono indicare nella dichiarazione dei redditi il numero di abbonamento speciale alla radio o alla televisione e la categoria di appartenenza ai fini dell'applicazione della tariffa di abbonamento radiotelevisivo speciale.

Attraverso un'imposta più bassa, di applicazione universale, che tenga conto della consistenza del reddito e patrimoniale, verrebbe rimossa una motivazione della cattiva percezione — diffusa in larghi strati della popolazione, ancorché infondata — di sentirsi ingiustamente penalizzati da una tassa che appare unidirezionale. In questo modo, oltre alla RAI, anche l'emittenza privata, che trae vantaggio dall'esistenza del limite della pubblicità che può essere acquisita dal servizio pubblico radiotelevisivo, come l'editoria privata, potrebbe muoversi in un quadro più trasparente.

Lo Stato utilizzerebbe il contributo fiscale per le finalità proprie e come base di

disponibilità per l'equilibrio del sistema radiotelevisivo pubblico e privato, per erogare fondi a sostegno dell'editoria e della digitalizzazione del Paese, per il passaggio oggi alla piattaforma T2, tecnica digitale con maggiore compressione e minore quantità di banda larga, e per fornire mezzi alla RAI per l'esercizio del servizio pubblico e, in futuro, per quello che sarà necessario al sistema per conservare competitività e qualità.

L'entità complessiva sarà fissata in maniera certa per un arco di tempo determinato e indipendentemente dall'esito della raccolta del canone. Le sanzioni per il mancato pagamento del tributo per le telecomunicazioni sono stabilite in maniera analoga a quelle previste per l'evasione fiscale e possono essere aggravate rispetto al regime sanzionatorio attuale per il mancato pagamento del canone di abbonamento alle radioaudizioni.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Oggetto).

1. La presente legge disciplina il servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica sui diversi media e piattaforme.

ART. 2.

(Principi regolatori del servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica).

1. Il servizio pubblico è uno strumento essenziale per l'effettivo esercizio e la piena libertà di accesso alla comunicazione audiovisiva e radiofonica.

2. Il servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica tutela un bene comune necessario alla promozione del pieno sviluppo democratico, sociale, culturale e dei diritti umani e, in particolare del diritto di ogni cittadino, come individuo e come persona associata in comunità, a ricevere e diffondere informazioni, idee, opinioni attraverso l'accesso effettivo a tutte le piattaforme di trasmissione disponibili.

3. Il servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica preserva ed esprime il pluralismo della nazione nei mezzi di comunicazione e contribuisce in modo fondamentale a garantirne l'esistenza.

4. L'espressione e la rappresentazione del pluralismo sociale, politico, religioso, culturale, etnico, linguistico e generazionale, quale tratto distintivo e bene irrinunciabile di una società democratica, è elemento costitutivo del servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica.

ART. 3.

*(Società concessionaria
del servizio pubblico).*

1. La società RAI-Radiotelevisione italiana Spa è la società per azioni a cui è affidato il compito di garantire il servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi dell'articolo 45 del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni.

2. Per quanto non sia diversamente previsto dalla presente legge, la società RAI-Radiotelevisione italiana Spa è soggetta alla disciplina generale delle società per azioni.

3. Sono organi della società RAI-Radiotelevisione italiana Spa:

- a) il consiglio di sorveglianza;
- b) il consiglio di gestione;
- c) il Presidente-amministratore delegato.

ART. 4.

(Consiglio di sorveglianza).

1. Il consiglio di sorveglianza della società RAI-Radiotelevisione italiana Spa è composto da undici membri, dei quali:

- a) due membri nominati dal Presidente della Repubblica;
- b) sei membri nominati d'intesa dai Presidenti del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati;
- c) un membro eletto dai dipendenti della società al proprio interno;
- d) un membro nominato dal comitato direttivo dell'Associazione nazionale dei comuni italiani;
- e) un membro nominato dalla Conferenza permanente per i rapporti tra lo

Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano.

2. Il Presidente del consiglio di sorveglianza è eletto dal consiglio stesso tra i propri membri. L'elezione diviene efficace a seguito del parere favorevole espresso dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi a maggioranza dei due terzi dei suoi componenti. La Commissione, prima di deliberare, procede all'audizione dell'eletto secondo le disposizioni del proprio regolamento.

3. Il consiglio di sorveglianza può eleggere un Vicepresidente nell'ambito dei soggetti di cui alla lettera *a)* del comma 1.

4. Il consiglio di sorveglianza rimane in carica sei anni. L'incarico dei membri non è rinnovabile.

5. Ai membri del consiglio di sorveglianza è riconosciuto un compenso determinato dall'assemblea dei soci anche in proporzione alla quantità dell'attività svolta da ciascun membro.

ART. 5.

(Funzioni del consiglio di sorveglianza).

1. Al consiglio di sorveglianza spettano le seguenti attribuzioni:

a) nomina i membri del consiglio di gestione;

b) su proposta del consiglio di gestione, approva:

- 1) il piano editoriale;
- 2) il piano strategico;
- 3) il bilancio di esercizio;

c) svolge le funzioni di controllo previste dagli articoli 2403, primo comma, 2408 e 2409, con i poteri attribuiti dagli articoli 2403-bis, 2406, 2409-septies e 2409-decies, commi secondo, terzo, quarto e quinto, del codice civile;

d) promuove e sorveglia l'attuazione del contratto di servizio.

2. Il consiglio di sorveglianza si riunisce almeno ogni tre mesi. Esso riferisce per iscritto almeno una volta all'anno all'assemblea sull'attività di vigilanza svolta, sulle omissioni e sui fatti censurabili rilevati.

3. Il Presidente del consiglio di sorveglianza può istituire, all'interno del consiglio, un comitato per il controllo contabile e della gestione e un comitato editoriale, aventi compiti consultivi, nominandone i componenti nell'ambito del consiglio medesimo.

ART. 6.

(Consiglio di gestione).

1. Il consiglio di gestione è composto da tre membri nominati dal consiglio di sorveglianza.

2. Il Presidente, al quale spettano i poteri di amministratore delegato, è eletto dall'assemblea dei soci tra i membri del consiglio di gestione.

3. Al consiglio di gestione spettano le seguenti attribuzioni:

a) propone al consiglio di sorveglianza:

- 1) il piano editoriale;
- 2) il piano strategico;
- 3) il bilancio di esercizio;

b) dà attuazione al contratto di servizio;

c) definisce l'assetto organizzativo macro-strutturale e nomina, su proposta del Presidente, i direttori delle testate giornalistiche e dei canali radiotelevisivi;

d) assicura la coerenza dell'offerta con i contenuti del piano editoriale;

e) riferisce almeno trimestralmente al consiglio di sorveglianza sull'andamento della gestione.

4. Il consiglio di gestione dura in carica tre anni; i suoi membri possono essere rinnovati per una sola volta.

ART. 7.

*(Funzioni del Presidente
del consiglio di gestione).*

1. Al Presidente del consiglio di gestione, oltre a quanto previsto dal comma 2 dell'articolo 6, spettano le seguenti funzioni.

a) approvazione degli atti e dei contratti aziendali di valore non superiore a 15 milioni di euro, anche ripartiti tra più esercizi;

b) assunzione, nomina e gestione dei dirigenti, ad eccezione di quelli di cui all'articolo 6, comma 3, lettera b);

c) attuazione dei piani approvati e delle deliberazioni adottate dal consiglio di gestione.

ART. 8.

(Requisiti per la nomina).

1. I componenti del consiglio di sorveglianza e del consiglio di gestione sono scelti tra persone di riconosciuta professionalità e competenza nel settore delle telecomunicazioni ovvero nelle discipline economico-giuridiche o tecnico-scientifiche nell'ambito delle tecnologie dell'informazione, della comunicazione e della convergenza dei mezzi di comunicazione e delle reti digitali, nonché tra personalità con esperienze di eccellenza in organizzazioni non governative, associazioni senza scopo di lucro, particolarmente impegnate nella tutela e nella promozione dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, degli anziani, dei disabili e nella promozione della cultura della legalità e della lotta contro le mafie.

ART. 9.

(Cause di incompatibilità).

1. A pena di decadenza, non può essere nominato membro del consiglio di sorve-

glianza o del consiglio di gestione chi, nei cinque anni precedenti, abbia ricoperto incarichi di governo nazionale o locale, cariche pubbliche elettive o di nomina governativa o incarichi di componente di autorità di garanzia e vigilanza, né chi sia stato condannato con sentenza definitiva per i delitti indicati all'articolo 1 del decreto legislativo 31 dicembre 2012, n. 235.

2. I membri del consiglio di sorveglianza e del consiglio di gestione non possono essere portatori di interessi in conflitto con gli interessi materiali o morali della società RAI-Radiotelevisione italiana Spa. Qualora siano lavoratori dipendenti, essi sono, su loro richiesta, collocati in aspettativa non retribuita per tutta la durata del mandato.

ART. 10.

(Abolizione del canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione).

1. A decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge, il canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione, di cui al regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 giugno 1938, n. 880, nonché la tassa di concessione governativa prevista dall'articolo 17 della tariffa delle tasse sulle concessioni governative, di cui al decreto del Ministro delle finanze 28 dicembre 1995, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 303 del 30 dicembre 1995, e successive modificazioni, sono aboliti.

2. L'articolo 17 della legge 14 aprile 1975, n. 103, l'articolo 18 della legge 3 maggio 2004, n. 112, e l'articolo 47 del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, sono abrogati.

ART. 11.

(Contributo per la pubblica editoria e il sistema nazionale delle radio-telecomunicazioni).

1. A decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di

entrata in vigore della presente legge è istituito il contributo per la pubblica editoria e il sistema nazionale delle radiotelecomunicazioni, a copertura dei costi relativi a tutti i servizi pubblici radiofonici, televisivi e telematici.

2. Soggetto attivo dell'obbligazione tributaria di cui al comma 1 è il Ministero dell'economia e delle finanze.

3. Il contributo è dovuto da ciascun nucleo familiare, come definito dall'articolo 4 del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 maggio 1989, n. 223.

4. Sono esenti dal pagamento del contributo i nuclei familiari che comprendono uno o più componenti affetti da disabilità ostative alla fruizione dei contenuti di cui al comma 1, come le disabilità connesse a gravi carenze dell'udito o della vista, nonché i soggetti esentati dal pagamento dell'imposta minima sui redditi che vivono da soli.

5. Il contributo è determinato per il primo anno di applicazione nella misura di 90 euro annui. A decorrere dal secondo anno di applicazione, l'importo del contributo è adeguato annualmente, con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze da emanare entro il 30 aprile di ciascun anno, in base alla variazione dell'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati intervenuta nell'anno precedente. L'importo determinato ai sensi del primo e del secondo periodo è maggiorato del 50 per cento per i nuclei familiari percettori di reddito imponibile superiore a 240 mila euro annui e del 100 per cento per i nuclei familiari percettori di reddito imponibile superiore a un milione di euro annui.

6. Con regolamento adottato con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400, sono adottate le disposizioni necessarie per l'applicazione del presente articolo. Le cause di disabilità che danno titolo all'esenzione di cui al comma 4 del presente articolo sono individuate con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro della salute.

ART. 12.

(Copertura finanziaria e delega al Governo per il coordinamento della normativa vigente).

1. Le entrate derivanti dall'attuazione delle disposizioni dell'articolo 11 sono finalizzate a compensare la riduzione di gettito dovuta all'applicazione delle disposizioni di cui all'articolo 10.

2. Attraverso le entrate di cui al comma 1 si provvede alla corresponsione dell'importo equivalente al mandato del contratto di servizio pubblico, in misura non inferiore all'ammontare complessivo raccolto, ai sensi del regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 gennaio 1938, n. 880, nell'anno in corso alla data di entrata in vigore della presente legge. Le entrate derivanti dall'attuazione del comma 1, che residuano a seguito dell'applicazione del primo periodo del presente comma, sono destinate, in via prioritaria, al finanziamento di misure volte a sostenere il processo di rinnovamento del sistema editoriale e radiotelevisivo. Le somme inutilizzate sono destinate al Fondo per l'ammortamento dei titoli di Stato, di cui all'articolo 44 del testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di debito pubblico, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 dicembre 2003, n. 398, e successive modificazioni.

3. Il Governo è delegato ad adottare, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, ai sensi dell'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400, un decreto legislativo in conformità ai seguenti principi e criteri direttivi:

a) provvedere al coordinamento della normativa vigente in materia con le disposizioni della presente legge;

b) individuare espressamente le disposizioni abrogate con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge.

ART. 13.

(Abrogazione).

1. I commi da 2 a 12 dell'articolo 49 del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, sono abrogati.

