

**DELIBERA N. 587/12/CONS**

**APPROVAZIONE DELLE LINEE-GUIDA SUL CONTENUTO DEGLI  
ULTERIORI OBBLIGHI DEL SERVIZIO PUBBLICO GENERALE  
RADIOTELEVISIVO AI SENSI DELL'ARTICOLO 45, COMMA 4, DEL  
TESTO UNICO DEI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI.  
(TRIENNIO 2013-2015)**

**L'AUTORITA'**

NELLA riunione del Consiglio del 29 novembre 2012;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”, pubblicata nel Supplemento Ordinario n. 154/L alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana – serie generale – n. 177 del 31 luglio 1997 ;

VISTA la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante “*Norme di principio in materia di assetto radiotelevisivo e della RAI- Radio Televisione italiana S.p.a., nonché delega al governo per l’emanazione del testo unico della radiotelevisione*” , pubblicata nel Supplemento Ordinario alla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana – Serie generale – n. 104 del 5 maggio 2004, e, in particolare, l’art. 17;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modifiche e integrazioni, recante il “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, e, in particolare l’art. 45, comma 4, che prevede che con deliberazione adottata d’intesa dall’Autorità e dal Ministro dello sviluppo economico prima di ciascun rinnovo triennale del contratto nazionale di servizio, sono fissate le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali;

VISTA la propria delibera n. 614/09/CONS recante “*Approvazione delle linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi dell’articolo 17, comma 4, della legge 3 maggio 2004, n. 112, e dell’articolo 45, comma 4, del testo unico della radiotelevisione*”;

VISTO il contratto nazionale di servizio stipulato tra il Ministero dello Sviluppo economico e la RAI – Radiotelevisione italiana S.p.a. per il triennio 2010-2012, approvato con decreto del Ministro dello sviluppo economico del 27 aprile 2011, la cui scadenza è fissata al 31 dicembre 2012;

RITENUTO di dover fissare, d'intesa con il Ministro dello sviluppo economico, le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali, propedeutiche al rinnovo del contratto nazionale di servizio per il triennio 2013-2015;

VISTO lo schema di linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo per il triennio 2013-2015 approvato dall'Autorità nella riunione del 11 ottobre 2012 e trasmesso al Ministro dello sviluppo economico ai fini della definizione dell'intesa prevista dalla legge;

VISTA la nota del Ministro dello Sviluppo economico del 23 novembre 2012 con la quale sono state formulate osservazioni sul citato schema di provvedimento;

RITENUTO di accogliere le osservazioni formulate dal Ministro dello sviluppo economico con la citata nota del 23 novembre 2012 ai fini del perfezionamento dell'intesa prevista dalla legge;

UDITA la relazione del Commissario Francesco Posteraro, relatore ai sensi dell'art. 31 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

## DELIBERA

### Art. 1

1. Sono approvate le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi dell'articolo 45, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, riportate nell'allegato A alla presente delibera, di cui forma parte integrante e sostanziale.

La presente delibera è trasmessa al Ministero dello sviluppo economico e pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana e nel sito web dell'Autorità.

Napoli, 29 novembre 2012

IL PRESIDENTE  
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE  
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato  
IL SEGRETARIO GENERALE *ad interim*  
Laura Aria

**Allegato A alla delibera n 587/12/CONS  
del 29 novembre 2012**

**LINEE-GUIDA SUL CONTENUTO DEGLI ULTERIORI OBBLIGHI DEL  
SERVIZIO PUBBLICO GENERALE RADIOTELEVISIVO AI SENSI  
DELL'ARTICOLO 45, COMMA 4, DEL TESTO UNICO DELLA  
RADIOTELEVISIONE  
( TRIENNIO 2013-2015)**

**Premessa**

1. Ai sensi dell'articolo 45, comma 1, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (di seguito Testo unico), il servizio pubblico generale radiotelevisivo è affidato per concessione a una società per azioni, che lo svolge sulla base di un contratto nazionale di servizio stipulato con il Ministero dello sviluppo economico , e di contratti di servizio regionali e, per le province autonome di Trento e di Bolzano, provinciali, con i quali sono individuati i diritti e gli obblighi della società concessionaria. Ai sensi dell'articolo 49, comma 1, del Testo unico la concessione del servizio pubblico generale radiotelevisivo è affidata, per la durata di dodici anni dalla entrata in vigore del citato decreto legislativo – cioè fino al 2016 - alla RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.a.

2. L'articolo 45, comma 2, del Testo unico, individua le attività che il servizio pubblico generale radiotelevisivo deve, comunque, garantire, in linea con le finalità, dettate dall'articolo 7, comma 4, dello stesso Testo unico, di favorire l'istruzione, la crescita civile e il progresso sociale, promuovere la lingua italiana e la cultura, salvaguardare l'identità nazionale e assicurare prestazioni di pubblica utilità. Le specifiche attività individuate dal citato articolo 45, comma 2, sono le seguenti:

a) la diffusione di tutte le trasmissioni televisive e radiofoniche di pubblico servizio della società concessionaria con copertura integrale del territorio nazionale, per quanto consentito dallo stato della scienza e della tecnica;

b) un numero adeguato di ore di trasmissione televisive e radiofoniche dedicate all'educazione, all'informazione, alla formazione, alla promozione culturale, con particolare riguardo alla valorizzazione delle opere teatrali, cinematografiche, televisive, anche in lingua originale, e musicali riconosciute di alto livello artistico o maggiormente innovative, il cui numero di ore è definito ogni tre anni con deliberazione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, escludendo dal computo di tali ore le trasmissioni di intrattenimento per i minori;

c) la diffusione delle trasmissioni di cui alla lettera b) in modo proporzionato, in tutte le fasce orarie, anche di maggior ascolto, e su tutti i programmi televisivi e radiofonici;

d) l'accesso alla programmazione, nei limiti e secondo le modalità indicati dalla legge, in favore dei partiti e dei gruppi rappresentati in Parlamento e in assemblee e consigli regionali, delle organizzazioni associative delle autonomie locali, dei sindacati nazionali, delle confessioni religiose, dei movimenti politici, degli enti e delle associazioni politici e culturali, delle associazioni nazionali del movimento cooperativo giuridicamente riconosciute, delle associazioni di promozione sociale iscritte nei registri nazionali e regionali, dei gruppi etnici e linguistici e degli altri gruppi di rilevante interesse nazionale che ne facciano richiesta;

e) la costituzione di una società per la produzione, la distribuzione e la trasmissione di programmi radiotelevisivi all'estero, finalizzati alla conoscenza e alla valorizzazione della lingua, della cultura e dell'impresa italiane attraverso l'utilizzazione dei programmi e la diffusione delle più significative produzioni nel panorama audiovisivo nazionale;

f) la effettuazione di trasmissioni radiofoniche e televisive in lingua tedesca e ladina per la provincia autonoma di Bolzano, in lingua ladina per la provincia autonoma di Trento, in lingua francese per la regione autonoma Valle d'Aosta e in lingua slovena per la regione autonoma Friuli Venezia Giulia;

g) la trasmissione gratuita dei messaggi di utilità sociale ovvero di interesse pubblico che siano richiesti dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e la trasmissione di adeguate informazioni sulla viabilità delle strade e delle autostrade italiane;

h) la trasmissione, in orari appropriati, di contenuti destinati specificamente ai minori, che tengano conto delle esigenze e della sensibilità della prima infanzia e dell'età evolutiva;

i) la conservazione degli archivi storici radiofonici e televisivi, garantendo l'accesso del pubblico agli stessi;

l) la destinazione di una quota non inferiore al 15 per cento dei ricavi complessivi annui alla produzione di opere europee, ivi comprese quelle realizzate da produttori indipendenti; tale quota trova applicazione a partire dal contratto di servizio stipulato dopo il 6 maggio 2004;

k) la realizzazione nei termini previsti dalla legge delle infrastrutture per la trasmissione radiotelevisiva su frequenze terrestri in tecnica digitale;

l) la realizzazione di servizi interattivi digitali di pubblica utilità;

m) il rispetto dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dall'articolo 8, comma 6, della legge 6 agosto 1990, n. 223;

n) l'articolazione della società concessionaria in una o più sedi nazionali e in sedi di ciascuna regione e, per la regione Trentino Alto Adige, nelle province autonome di Trento e di Bolzano;

o) l'adozione di idonee misure di tutela delle persone portatrici di handicap sensoriali in attuazione dell'articolo 4, comma 2, della legge;

p) la valorizzazione e il potenziamento dei centri di produzione decentrati, in particolare per le finalità di cui alla lettera b) e per le esigenze di promozione delle culture e degli strumenti linguistici locali;

q) la realizzazione di attività di insegnamento a distanza.

3. Specifici obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo sono stabiliti dall'articolo 44 del Testo unico , in materia di promozione della distribuzione e della produzione di opere europee e di produttori indipendenti.

4. Il compito affidato dall'articolo 45, comma 4, del Testo unico all'Autorità, d'intesa con il Ministero dello sviluppo economico, consiste nel fissare, prima di ciascun rinnovo del contratto di servizio, le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

5. I valori del servizio pubblico radiotelevisivo conservano la loro importanza anche nel rapido evolversi del nuovo mondo dei media, come sottolineato dal Consiglio d'Europa nelle raccomandazioni riguardanti il pluralismo mediatico e la diversità dei contenuti dei media e il mandato dei media di servizio pubblico nella società dell'informazione, entrambe adottate dal Comitato dei ministri il 31 gennaio 2007.

6. Nell'ultimo decennio il settore radiotelevisivo ha subito numerosi cambiamenti; in particolare, i cambiamenti tecnologici hanno modificato in maniera radicale il mercato audiovisivo, con il moltiplicarsi delle piattaforme e delle tecnologie di distribuzione. Nel corso del 2012 si è conclusa la transizione alla televisione digitale su tutto il territorio nazionale. Lo *switch-off* ha chiuso formalmente l'epoca della televisione analogica e la coeva concezione del servizio pubblico radiotelevisivo ma, di fatto, dato l'arco temporale della transizione (2008-2012), la "rivoluzione digitale" ha già trasformato, in modo radicale, il sistema dei media, determinando nuove dinamiche di mercato e di consumo.

7. Il precedente assetto del sistema della comunicazione, basato sulla corrispondenza tra il mezzo di trasmissione e il contenuto/servizio veicolato, è stato profondamente modificato dal processo di convergenza tecnologica, indotto dalla digitalizzazione dei contenuti. Nel nuovo sistema della comunicazione, divenuto globale, si sono moltiplicate le piattaforme e le tecnologie di distribuzione (DTT, Satellite, IPTV, TV mobile, OTTv) e si affermano con sempre maggior forza nuovi servizi media, quali i servizi di informazione in linea e i servizi non lineari a richiesta. Per quanto attiene alle opportunità di fruizione, gli utenti possono ora accedere a più servizi da una unica piattaforma/dispositivo, come pure possono fruire del medesimo servizio su più piattaforme/dispositivi. Inoltre, l'accrescimento della capacità trasmissiva ha determinato una decisa espansione dell'offerta, a cominciare dalla proliferazione dei canali televisivi in chiaro e a pagamento che, sul versante del consumo, ha comportato, tra l'altro, una frammentazione dell'*audience*. Raccogliere le sfide poste dalla tecnologia vuol dire, per il servizio pubblico radiotelevisivo, gestire e accompagnare i rapidi e profondi cambiamenti che la digitalizzazione sta producendo nella società, sviluppando un'offerta multiplatforma su rete IP in grado di intercettare gli interessi e le modalità di fruizione proprie dei pubblici giovanili, che manifestano maggiore distacco rispetto ai formati radiotelevisivi tradizionali.



8. Nel Contratto di servizio 2010-2012, preceduto dalla Linee-guida adottate dall’Autorità con delibera n. 416/09/CONS, gli obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo hanno assunto una prevalente connotazione tecnica, dettata dalla necessità di stabilire le tappe del complesso passaggio delle reti televisive analogiche alla tecnologia digitale. Esaurita la fase di transizione alla nuova tecnologia, è però necessario perfezionare il funzionamento della rete trasmissiva, anche tramite l’ammodernamento della stessa con l’uso dei ponti radio, al fine di consentire la corretta ricezione dei programmi del servizio pubblico. Contestualmente, l’affermazione del nuovo contesto multi-canale comporta che ci si debba anche focalizzare sui contenuti e sui servizi offerti dalla concessionaria pubblica radiotelevisiva, sia in termini di maggiori opportunità di accesso ai contenuti sulle diverse piattaforme (satellite, IP), sia in termini di maggior attrattività, qualità e valore pubblico dell’offerta.

9. 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 missione del servizio pubblico radiotelevisivo nell’era digitale è, innanzitutto, quella di recuperare la propria identità agli occhi del pubblico e rimuovere i nodi problematici avvertiti dagli utenti<sup>1</sup>. I referenti del servizio pubblico sono i cittadini e il Paese nei cui confronti l’operatore pubblico, ancorché attivo in un sistema mediale disciplinato da regole di mercato, deve esercitare con pienezza il proprio ruolo. Come affermato nell’ambito dell’UE, il servizio pubblico radiotelevisivo ha natura e ragion d’essere peculiari. Ciò che lo differenzia dai suoi competitor commerciali dovrebbe essere la qualità della programmazione in tutte le sue declinazioni (qualità dell’offerta, varietà di generi, contenuti e temi, capillarità e qualità

---

<sup>1</sup> Dai dati delle rilevazioni “Qualitel” relative al 2012 ,effettuate dalla Rai ai sensi del contratto di servizio, risulta che l’indice di qualità percepita (IQP) ha registrato una flessione di 2 punti rispetto al 2011 , collocando in un range di giudizio tra la sufficienza e il buono. Parimenti denuncia una flessione l’indice sintetico di corporate reputation che passa da 6,7 del novembre 2011 a 6,4 della primavera 2012.

della diffusione, innovazione dei contenuti, capacità di intercettare tutte le istanze e i bisogni del pubblico), qualità che costituisce il controvalore al pagamento del canone.

10. Secondo gli indirizzi dell'UE e la giurisprudenza della Corte di Giustizia in materia di aiuti di Stato ai servizi pubblici di radiodiffusione, la definizione del mandato di servizio pubblico deve essere quanto più possibile precisa e trasparente, anche per garantire che le autorità incaricate della vigilanza sull'osservanza dei compiti di servizio pubblico, ne possano effettivamente controllare l'adempimento. Secondo tali indirizzi, si ritiene legittima una definizione qualitativa che imponga l'obbligo di fornire un'ampia gamma di programmazione e di offrire trasmissioni equilibrate e variate. Inoltre, la definizione del mandato di servizio pubblico deve riflettere anche lo sviluppo e la diversificazione delle attività nell'era digitale e deve includere servizi audiovisivi su tutte le piattaforme di distribuzione.

11. Stante la specificità del servizio pubblico, come riconosciuta ed affermata a livello dell'UE, nel nuovo contesto televisivo digitale il servizio pubblico dovrebbe, quindi, recuperare il ruolo già svolto in passato di "aggregatore" dei bisogni della società civile. Ne consegue che la programmazione del servizio pubblico nell'era digitale deve poter raggiungere tutti i diversi pubblici sia perché articolata, composita e connotata da spiccata capacità attrattiva, sia perché diffusa su diverse piattaforme tecnologiche. In tale nuovo contesto, il pubblico deve avere la percezione che tutti i canali Rai sono canali di servizio pubblico e che tutta la programmazione risponde, con coerenza, alla logica del servizio pubblico.

12. Gli obiettivi che devono connotare gli obblighi di servizio pubblico nel prossimo triennio (2013-2015) sono quelli di aggiornare la missione di servizio pubblico, al fine di renderla coerente con il nuovo contesto tecnologico, culturale e sociale del Paese e di recuperare agli occhi del cittadino/utente il valore e l'identità del servizio pubblico radiotelevisivo. Il raggiungimento di tali obiettivi può essere perseguito attraverso il

miglioramento della qualità della programmazione, l'innovazione tecnologica e la trasparenza nell'erogazione del servizio pubblico.

### **Linee guida per il triennio 2013-2015**

13. Il contratto di servizio 2013-2015 è chiamato ad assolvere al compito di consolidare il ruolo del servizio pubblico generale radiotelevisivo nel nuovo sistema multicanale digitale. Il passaggio dalla televisione analogica alla televisione digitale terrestre si colloca nell'ambito del più generale processo di cambiamento delle modalità di fruizione di contenuti audiovisivi e dalla conseguente ridefinizione del “patto comunicativo” tra utenti e televisione. Per questa ragione, lungi dall'esaurirsi nella mera dismissione di alcune tecnologie e nella loro sostituzione con altre, il passaggio al digitale comporta il ripensamento complessivo – e il conseguente riposizionamento – della televisione pubblica nel sistema mediale.

14. In considerazione della valenza strategica del prossimo triennio in relazione al mutamento della fruizione dei contenuti indotto dalla digitalizzazione del segnale, dalla distribuzione multipiattaforma e dalla convergenza multimediale, l'Autorità ha ritenuto opportuno far precedere le Linee guida da un'indagine conoscitiva indetta con delibera n. 130/12/CONS. Le risultanze dell'indagine mettono in luce la necessità di un riposizionamento del servizio pubblico radiotelevisivo nella nuova era digitale, con conseguente necessità di riacquisire un'identità valoriale e culturale e restituire qualità e dinamismo all'offerta pubblica nelle sue varie articolazioni e nelle diverse piattaforme di distribuzione, nel rispetto dei principi della concorrenza e della trasparenza nell'utilizzo del canone.

15. Nel contesto sopra descritto le presenti linee –guida intendono perseguire i seguenti obiettivi connessi alla fornitura del servizio pubblico radiotelevisivo:

- Assicurare che l'intera gestione della RAI sia ispirata ai principi del servizio pubblico.
- Recuperare agli occhi del cittadino/utente il valore e l'identità del servizio pubblico radiotelevisivo.
- Migliorare la qualità della programmazione nella sua accezione più vasta .
- Promuovere l'innovazione tecnologica estendendo al maggior numero di cittadini i benefici delle nuove tecnologie, in un contesto concorrenziale.
- Promuovere l'alfabetizzazione digitale e, più in generale, la fruizione consapevole delle nuove tecnologie .
- Stimolare la creatività e la cultura.
- Promuovere l'immagine dell'Italia all'estero.
- Promuovere la conoscenza dell'Europa e dell'Unione Europea nonché dello scenario internazionale .
- Promuovere il senso etico e civico dei cittadini.
- Garantire il corretto sviluppo dei minori .
- Ampliare la fruizione della programmazione di servizio pubblico da parte delle persone affette da disabilità sensoriali.
- Garantire la trasparenza e l'efficienza nell'utilizzo delle risorse rinvenienti dal canone.
- Rafforzare il rapporto con i cittadini/utenti.

Per il raggiungimento dei citati obiettivi sono fissati i seguenti obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

### ***1) Migliorare la qualità della programmazione***

Il servizio pubblico deve tornare ad investire nella programmazione, recuperando la capacità progettuale che in passato ha connotato il *brand* Rai agli occhi degli utenti . La

programmazione di servizio pubblico deve, quindi, promuovere la fruizione di una offerta di qualità che sia percepita come tale dal pubblico.

La qualità è un concetto dinamico e articolato che può assumere numerose e diverse declinazioni; nell'attuale contesto si ritiene che la "qualità" debba essere intesa innanzitutto come capacità progettuale e di rinnovamento dei contenuti, da sviluppare attraverso le seguenti direttrici:

- **Sperimentare nuovi formati e linguaggi.** La Rai deve proporsi al pubblico, anche ai fini del confronto con gli altri operatori, come fucina di programmi originali, ideati e realizzati in "laboratori" dell'azienda pubblica, in grado di coinvolgere anche i pubblici più giovani, che sono quelli più inclini ad immedesimarsi nei modelli proposti dalla televisione.

- **Migliorare il livello qualitativo dell'informazione.** L'informazione, nel rispetto del diritto-dovere di cronaca e del diritto dei cittadini ad essere informati, deve essere sempre più connotata dai principi di completezza e correttezza, obiettività, lealtà, imparzialità, pluralità dei punti di vista e osservanza del contraddittorio, deontologia professionale, equilibrio e apertura alle diverse opinioni politiche e sociali del Paese, così da sviluppare il senso critico, civile ed etico della collettività, fornendo testimonianza e supporto nelle situazioni di emergenza e nelle crisi internazionali, mostrando una capacità di informazione rapida e puntuale. Deve, inoltre, potenziare la conoscenza delle vicende europee ed internazionali, costituendo un orizzonte ampio e diversificato, aperto sul mondo, per rispondere a bisogni informativi nella logica della società globale. Deve, infine, offrire un approfondimento qualificato e variegato sui temi trattati, data la rilevanza che esse assumono nella formazione dell'opinione pubblica. E', inoltre, necessario che, sempre nel rispetto della libertà di espressione e dell'autonomia editoriale che connotano l'informazione, la Rai renda concreto il principio del pluralismo attraverso la predisposizione di puntuali criteri e di elementi di valutazione, quali, ad esempio, il monitoraggio della presenza dei soggetti politici e la

rotazione delle presenze nei programmi al fine di dare spazio al maggior numero di voci.

- **Promuovere le produzioni audiovisive per esportare l'immagine del Paese.** Con specifico riferimento alla realizzazione di contenuti audiovisivi (film, fiction e documentari), appare importante promuovere progetti di coproduzione internazionale che valorizzino il prodotto nazionale e ne agevolino la commercializzazione verso l'estero e, più in generale, promuovere progetti che abbiano, potenzialmente, maggiore attrattività per il pubblico internazionale sia per accrescere la qualità del *brand* di servizio pubblico, sia per rafforzare l'immagine e la ricchezza culturale e paesaggistica del nostro Paese anche al di fuori dei confini nazionali. In particolare, è opportuno promuovere la produzione documentaristica, negli ultimi anni decisamente rallentata, in sintonia con quanto avviene per gli altri servizi pubblici europei.

- **Superare gli stereotipi culturali.** Per contribuire alla crescita sociale e culturale e al rafforzamento dei valori etici si considera importante superare l'attuale tendenza a proporre modelli stereotipati, fornendo una rappresentazione più veritiera della società civile orientata al recupero di identità valoriali e rispettosa delle diverse sensibilità, adeguata al livello di responsabilità che compete al servizio pubblico radiotelevisivo. E' inoltre necessario superare gli stereotipi di genere, nella direzione di promuovere la parità e di salvaguardare l'immagine della donna.

- **Rafforzare l'impegno sociale e culturale.** La Rai in passato ha profuso notevole impegno nella promozione della cultura ed ha così contribuito allo sviluppo della società nazionale, favorendo, anche grazie alla diffusione della lingua italiana, lo scambio comunicativo tra classi e generazioni. Oggi deve tornare a promuovere – con modalità consone al rinnovato sistema della comunicazione - un'offerta volta a sviluppare, nella collettività nazionale, una compiuta identità sociale, investendo anche nella produzione di contenuti che favoriscano un miglior radicamento del senso civico e

del rispetto della legalità. In linea con il nuovo programma europeo Europa Creativa, è necessario che si attribuisca un ruolo fondamentale nello sviluppo economico e sociale alla cultura e alle creatività, le quali potenzialmente sono una leva di sviluppo per tutti i settori economici, costituendo per l'Italia un asset fondamentale. Inoltre, la Rai deve programmare generi di ampio valore culturale anche nelle fasce di maggior ascolto e promuovere un'azione effettiva di sostegno alla produzione europea e a quella indipendente, nel rispetto delle quote stabilite dalla legge e dai regolamenti, anche attraverso negoziazioni con i produttori indipendenti eque, trasparenti, non discriminatorie, e facilmente verificabili dalle autorità competenti. A tal fine deve essere recepito nel contratto di servizio il codice di autoregolamentazione adottato dalla Rai ai sensi della delibera n. 30/11/CSP, recante il Regolamento sui criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi.

- **Valorizzare i materiali d'archivio per conservare la memoria storica del Paese.**

La Rai, quale prima impresa culturale del Paese, svolge un ruolo fondamentale nella tutela e nel rafforzamento dell'identità nazionale, nella descrizione delle trasformazioni sociali e, quindi, nella conservazione e nella disseminazione della memoria storica. A questo fine un ruolo determinante può essere svolto dall'importantissimo archivio storico televisivo comprensivo di materiali registrati su pellicola, di cui la Rai dispone. I precedenti contratti di servizio hanno previsto la digitalizzazione di tale archivio e la sua messa a disposizione per fini culturali, didattici e di natura istituzionale, attraverso specifiche convenzioni con università, scuole, enti pubblici e associazioni senza fini di lucro. Il prossimo contratto di servizio deve prevedere la messa a disposizione al grande pubblico di tali materiali anche sfruttando le potenzialità di Internet e della rete.

- **Raggiungere i diversi pubblici attraverso la varietà dei generi e l'approfondimento tematico.** Il moltiplicarsi dei pubblici televisivi si inquadra nel profondo processo di cambiamento delle modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi

(multiplatforma e *multidevice*) indotto dallo sviluppo tecnologico. I dati d'ascolto mostrano che, seppure le reti generaliste conservino ancora significative quote di audience, segmenti sempre più rilevanti di pubblico si stanno progressivamente spostando sulle reti specializzate, favorendo la proliferazione di “pubblici differenziati”. Il nuovo contesto televisivo potrebbe tradursi in zone di riserva nelle quali convivono tante comunità quanti sono i target in cui si può scomporre il pubblico televisivo, generando così una diversificazione degli ambiti culturali e dei pubblici di riferimento (in taluni casi definita su base socio-anagrafica), connotati da una scarsa capacità di comunicazione/interazione. Compito del servizio pubblico è quello di comporre un'offerta variegata nella quale tutto il pubblico radiotelevisivo nel suo complesso possa riconoscersi, offrendo nel contempo un adeguato approfondimento per specifici target sulle reti tematiche. A tal fine, la programmazione del servizio pubblico, generalista e tematica, dovrà proporsi – ed essere percepita - come fattore di condivisione e di scambio comunicativo tra pubblici e generazioni televisive diverse, recuperando il carattere unificante che per decenni ha connotato la programmazione generalista della Rai. Pertanto l'operatore pubblico dovrà mantenere un alto livello di qualità sia sulle reti generaliste che su quelle tematiche, favorendo la percezione che i canali generalisti sono parte di una offerta più ampia, nella quale i canali specializzati offrono opportunità aggiuntive. Ciò comporta che la RAI conservi e progressivamente ampli le quote di programmazione di servizio pubblico su tutte le reti<sup>2</sup>; effettui una complessiva programmazione delle reti che compongono l'offerta Rai organica, articolata e diversificata per garantire agli utenti variegata opzioni di scelta tra le diverse trasmissioni; operi rimandi costruttivi e circostanziati tra programmi dell'offerta generalista e programmi dell'offerta specializzata anche all'interno della guida programmi sul sito Rai.

---

<sup>2</sup> Le quote predeterminate di servizio pubblico riguardano i seguenti generi: Informazione ed approfondimento generale; programmi e rubriche di servizio; programmi e rubriche di promozione culturale; informazione e programmi sportivi; programmi per i minori; produzioni audiovisive italiane ed europee.



- **Diffondere informazioni capillari sull'offerta di servizio pubblico per far comprendere cosa rappresenta e perché si paga il canone.** I palinsesti della Rai, generalisti e tematici, sono il prodotto di un servizio pubblico e come tali vanno presentati e costantemente pubblicizzati. E' quindi necessario comunicare al pubblico, anche per far comprendere come viene impiegato il canone pagato dai cittadini, cosa comprende e su quali piattaforme viene erogata l'offerta di servizio pubblico. Le informazioni sulla composizione dell' offerta di servizio devono innanzitutto essere diffuse attraverso le reti generaliste, che costituiscono la principale e più seguita offerta della Rai. In tale prospettiva va affermata e tradotta in comportamento l'idea che il servizio pubblico è un tutt'uno, e non tante reti a marchio Rai in competizione fra loro per attrarre *audience*. Ciò comporta la necessità di stabilire un ampio collegamento tra tutti i canali di servizio pubblico, richiamando anche l'attenzione degli utenti, attraverso un'adeguata pubblicizzazione anche tramite il sito web, su trasmissioni di particolare valore pubblico diffuse dai diversi canali Rai. Nel rispetto degli utenti vanno inoltre evitati comportamenti, come le variazioni di palinsesto, specie nel caso dei prodotti seriali, che incidono negativamente sul processo di fidelizzazione del pubblico interessato ai diversi canali dell'offerta.

- **Garantire i minori.** Per incrementare la fruizione dei programmi propriamente didattici e, contestualmente, valorizzare l'impegno formativo del servizio pubblico, la Rai deve prevedere un'interazione tra i programmi dedicati ai minori tanto sulle reti generaliste quanto nei canali tematici, in modo da favorire la fruizione sia dei programmi a carattere ludico sia di quelli più prettamente educativi. In tale ambito particolare attenzione deve essere rivolta anche all'interesse per le lingue straniere e alla multiculturalità. Nelle fasce di programmazione rivolte ai minori devono essere scrupolosamente osservate tutte le norme poste a tutela del loro corretto sviluppo fisico, psichico e morale, anche rispettando le norme in materia di pubblicità e il divieto di trailer di programmi consigliati alla visione del solo pubblico adulto. Inoltre, in tutta la programmazione destinata ad una visione familiare compresa tra le ore 7 e le ore 22,30

va evitata la messa in onda di programmi contenenti scene di violenza gratuita o episodi che possano creare turbamento ai minori, nello scrupoloso rispetto della normativa primaria e secondaria vigente, ivi comprese le disposizioni stabilite dal Codice di autoregolamentazione TV e minori. Devono, inoltre, essere incrementati nuovi e più efficaci sistemi di segnaletica per i programmi dedicati alla visione familiare e per quelli adatti solo ad un pubblico adulto sia sulle reti generaliste che su quelle tematiche.

- **Potenziare la fruizione della produzione radiotelevisiva per gli utenti con disabilità sensoriale.** L'incremento della produzione fruibile dai disabili deve essere progressivamente esteso a tutti i canali Rai, generalisti e specializzati, anche attraverso le nuove opportunità offerte dalle tecnologie digitali, segnalando sul sito della Rai quali sono i programmi quotidianamente accessibili e con quali modalità. A tal fine il contratto di servizio dovrà prevedere un congruo incremento delle misure attualmente fissate, fissando altresì la tempistica di realizzazione di ciascuna di esse. La programmazione accessibile deve poter diventare un punto di riferimento costante per l'utenza disabile, in tutte le piattaforme.

## ***2) Garantire e promuovere l'innovazione tecnologica***

Secondo gli indirizzi dell'UE, la definizione del mandato di servizio pubblico radiotelevisivo deve riflettere anche lo sviluppo e la diversificazione delle attività nell'era digitale e deve includere servizi audiovisivi su tutte le piattaforme di distribuzione.

Lo sviluppo delle nuove tecnologie costituisce, in via generale, anche l'obiettivo di fondo del progetto Agenda digitale italiana, messo a punto sulla base della più generale strategia di sviluppo definita nel 2010 dalla Commissione europea "Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva". La realizzazione degli obiettivi

individuati dal progetto, che riguardano l'uso sociale della tecnologia, la realizzazione delle reti di nuova generazione e, più in generale, l'alfabetizzazione digitale, richiede, tra l'altro, un'adeguata formazione e socializzazione dei cittadini alle nuove tecnologie. Le generazioni dei "nativi digitali" sono caratterizzate da una naturale predisposizione alle nuove tecnologie, mentre le generazioni più adulte manifestano una più modesta alfabetizzazione tecnologica o addirittura analfabetismo (si pensi alla popolazione più anziana). La diffusione di Internet, la moltiplicazione dei contenuti e dei servizi multimediali e la diversificazione delle piattaforme e dei *device* di distribuzione offrono opportunità conoscitive e relazioni straordinarie in un contesto comunicativo globalizzato, ma pongono il problema del *digital divide* che rischia di marginalizzare segmenti importati della società civile.

Al fine di consentire a tutti i cittadini di beneficiare delle opportunità offerte dall'innovazione tecnologica il servizio pubblico può svolgere un ruolo formativo di primo piano favorendo l'uso delle nuove tecnologie nelle pratiche della vita quotidiana. Nello stesso tempo il servizio pubblico, a seguito dell'ormai definitivo spegnimento della televisione analogica, dovrà assicurare la corretta ricezione del segnale televisivo digitale su tutto il territorio nazionale, superando i problemi che si sono verificati nel periodo della transizione.

Per il raggiungimento dei citati obiettivi la Rai deve sviluppare le seguenti azioni.

- **Alfabetizzare il pubblico alle nuove tecnologie.** La Rai dovrà prevedere il potenziamento delle trasmissioni e dei servizi dedicati all'alfabetizzazione alle nuove tecnologie digitali nel senso più ampio possibile (uso della posta elettronica, navigazione, firma digitale, *e-government* anche con collegamento a siti di enti pubblici, *e-health*, *e-banking*, *e-commerce*, uso delle applicazioni degli *smartphone*, *I-phone*, *I-pad*, *tablet*, *smart tv*), con conseguente familiarizzazione con i termini e le espressioni inglesi ricorrenti nella gestione/utilizzo/funzione degli apparecchi e delle tecnologie. Per favorire l'uso dei nuovi *device* si dovranno prevedere applicazioni pratiche ed esemplificazioni che illustrino, tra l'altro, quanta e quale programmazione Rai e quali

servizi (es. programmi già trasmessi sulle reti televisive ma fruibili attraverso il web o i dispositivi mobili) sono disponibili sulle piattaforme diverse da quella televisiva, a cominciare da Internet.

- **Ampliare l'offerta radiotelevisiva su Internet.** La Rai, in aderenza alle migliori *best practices* europee, dovrà operare per rendere fruibile su piattaforme IP tutta l'offerta in streaming e porzioni sempre crescenti degli archivi *on demand*. Ciò comporta la necessità di ripensare la struttura del portale Rai, attualmente scarsa di grafica e di informazioni on-line, trasformandolo in un sito di contenuti e non solo di *podcast* delle trasmissioni televisive e radiofoniche. Inoltre, per migliorare l'accessibilità e la fruizione dei contenuti Rai da parte degli utenti appare opportuna l'utilizzazione delle *libraries* del servizio pubblico per la promozione di offerte "legali" di contenuti audiovisivi, rivolte agli utenti che si dimostrano in regola con il pagamento del canone e l'introduzione di un idoneo motore di ricerca che agevoli la navigazione degli utenti. Inoltre, la RAI dovrà assicurare la presenza della propria programmazione su tutte le differenti tipologie di tv connesse, di *tablet* e *smartphone* (indipendentemente dal sistema operativo) per favorire concretamente l'accesso di tutti i pubblici potenziali.

- **Sviluppare le tecnologie innovative.** L'art. 3-*quinquies* del decreto-legge n. 16/2012, convertito dalla legge n. 44 del 2012 affida al Ministero dello sviluppo economico e all'Autorità, nell'ambito delle azioni utili per garantire la concorrenza e l'innovazione in conformità alla politica di gestione stabilita dall'Unione europea e agli obiettivi dell'agenda digitale nazionale e comunitaria, ogni azione utile alla promozione degli standard televisivi DVB-T2 e MPEG-4 o successive evoluzioni approvate nell'ambito ITU. Inoltre, per favorire l'innovazione tecnologica e l'uso efficiente dello spettro, la legge prevede che a partire dal 1° gennaio 2015 gli apparecchi atti a ricevere servizi radiotelevisivi venduti ai distributori dovranno integrare un sintonizzatore compatibile con il DVB-T2 e la codifica MPEG-4 o successive evoluzioni e dal 1° luglio 2015 tutti gli apparecchi venduti al dettaglio dovranno possedere tali caratteristiche. Per il

raggiungimento di tali obiettivi la Rai è tenuta a sperimentare le evoluzioni dello standard DVB, quali il DVB-T2, e ad avviare progressivamente trasmissioni con tale tecnologia nell'arco di vigenza del contratto di servizio, in linea con le relative prescrizioni che saranno adottate dall'Autorità e dal Ministero.

- **Garantire la neutralità tecnologica.** Secondo gli indirizzi della Commissione europea in materia di aiuti di stato, le emittenti di servizio pubblico devono essere in grado di utilizzare le possibilità offerte dalla digitalizzazione e dalla diversificazione delle piattaforme di distribuzione “su base tecnologica neutra” a vantaggio della società. Pertanto la Rai deve continuare a far sì che la programmazione delle reti generaliste irradiate su rete terrestre sia visibile su tutte le piattaforme tecnologiche. Inoltre potrà mettere la programmazione di servizio pubblico finanziata dal canone a disposizione di tutte le piattaforme commerciali che ne facciano richiesta, nell'ambito di negoziazioni eque, trasparenti e non discriminatorie, e sulla base di condizioni verificate dalle Autorità competenti.

- **Migliorare la qualità tecnica .** La qualità tecnica dei servizi di radiodiffusione offerti agli utenti costituisce un obiettivo strategico del servizio pubblico riconosciuto dalla legge, la quale impone alla Rai di diffondere le trasmissioni televisive e radiofoniche di servizio pubblico con copertura integrale del territorio nazionale “per quanto consentito dallo stato della scienza e della tecnica”. Superata la fase di transizione dalla tecnologia analogica a quella digitale è necessario che la Rai migliori le condizioni di ricezione delle trasmissioni digitali terrestri ampliando il più possibile la copertura del territorio nazionale e risolvendo - anche tramite l'ammodernamento della rete con l'uso dei ponti radio - le situazioni di cattiva ricezione, imputabili a carenze tecniche, che hanno riguardato numerose zone del Paese nella fase di passaggio. La Rai, inoltre, deve rendere disponibile sul proprio sito ogni informazione utile ai cittadini per consentire una corretta ricezione delle trasmissioni da parte degli utenti (anche con riferimento all'orientamento dei sistemi di antenna e alla ricezione delle trasmissioni regionalizzate)

rendendo disponibile una mappatura delle aree di servizio di tutti gli impianti presenti sul territorio e allestendo un'area dedicata alla raccolta delle segnalazioni degli utenti con obbligo di risposta in tempi certi.

### ***3) Migliorare la trasparenza nell'erogazione del servizio pubblico e nell'utilizzo del canone***

Il Protocollo sulla radiodiffusione pubblica, allegato al Trattato di Lisbona, nel collegare direttamente il servizio pubblico radiotelevisivo alle esigenze democratiche, sociali e culturali della società e all'esigenza di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, pone, tuttavia, due condizioni, entrambe ispirate al principio di proporzionalità: il finanziamento alla concessionaria del servizio pubblico può essere accordato solo ai fini dell'adempimento degli obblighi di servizio pubblico; il finanziamento non può perturbare gli scambi e la concorrenza.

Tali principi sono ripresi ed ampliati nelle Comunicazioni interpretative della Commissione europea relative all'applicazione degli aiuti di Stato al servizio pubblico radiotelevisivo (C320 del 2001 e C257 del 2009 ), che si ispirano alla giurisprudenza della Corte di giustizia. Secondo tali principi la definizione dei compiti e delle funzioni di servizio pubblico deve essere precisa e non lasciare dubbi circa l'inclusione di una determinata attività nel perimetro del servizio pubblico. Inoltre, la vigilanza sull'effettivo svolgimento dei compiti di servizio pubblico deve essere effettuata direttamente dallo Stato membro, ed esercitata da un'autorità o da un organismo a tutti gli effetti indipendente dalle imprese incaricate del pubblico servizio.

Infine, quando l'organismo chiamato a svolgere il servizio pubblico radiotelevisivo opera in regime di finanziamento misto (canone e pubblicità), agendo, dunque, anche nel mercato in concorrenza con le altre imprese radiotelevisive, si rende necessario impedire che possa verificarsi storno di denaro pubblico per il finanziamento di attività commerciali, dando luogo ad aiuti di Stato, che distorcerebbero la concorrenza nel

mercato di riferimento. In tal caso, per scongiurare gli effetti di una possibile distorsione, si ricorre alla separazione societaria o alla separazione contabile. La Rai già opera in base ad un sistema di separazione contabile sulle base dei criteri fissati dalla legge e dei principi stabiliti dall'Autorità in apposite delibere. Tale complesso sistema di regole non è tuttavia di agevole comprensione per il cittadino/utente, il quale in ragione del pagamento del canone di abbonamento, ha diritto di poter verificare quale sia stato l'impiego degli introiti del canone stesso. Ciò detto, la Rai deve comunque improntare tutta la gestione ai principi di servizio pubblico.

In tale ambito la Rai deve, pertanto, perseguire le seguenti azioni:

- **Rendere riconoscibili e valorizzare i programmi di servizio pubblico.**

Nell'ottica della trasparenza e della vigilanza sull'impiego delle risorse pubbliche, i programmi dei generi finanziati dal canone e di quelli finanziati con risorse commerciali devono essere immediatamente riconoscibili, valorizzati e segnalati come tali sia nel corso della programmazione sia nel sito Rai. A tal fine la Rai deve opportunamente valorizzare i programmi di servizio pubblico, in particolare quelli a carattere informativo, che riscuotono significativo successo di audience e che presentano un saldo attivo tra costi di produzione e ricavi da pubblicità. Fermo restando che, indipendentemente dalla individuazione di un programma come espressione del servizio pubblico, in via generale dovranno essere attuati valori quali la libertà d'espressione, il diritto di replica, il pluralismo, la tutela della diversità culturale e linguistica, la tutela dei minori e della dignità umana e la protezione dei consumatori.

- **Migliorare la trasparenza della gestione economico-finanziaria.**

La Rai, oltre a pubblicare il bilancio di esercizio e gli esiti della contabilità separata sul sito Rai come già avviene, deve rendere pubblici in termini comprensibili ai cittadini i valori di allocazione del contributo pubblico per singole aree di attività (programmazione televisiva e radiofonica di servizio pubblico, sviluppo delle nuove tecnologie, quote europee e produttori indipendenti, minori, parità di genere, iniziative per persone con disabilità sensoriali, miglioramento del servizio tecnico).

- **Stabilire un “filo-diretto” con gli utenti** . La trasparenza che compete al servizio pubblico comporta altresì che la programmazione debba rispondere sempre più alle domande e alle attese degli abbonati al servizio pubblico medesimo. Fermo restando il sistema di rilevazione della qualità dell’offerta (c.d. Qualitel) che la Rai ha già sviluppato sulla scorta dei precedenti Contratti di servizio, i cui dati sono periodicamente resi pubblici sul sito Rai, l’operatore pubblico deve istituire adeguati numeri verdi gratuiti per l’interlocuzione diretta con i cittadini ed attivare analoghe strutture di dialogo via Internet, prevedendo, per gli utenti in regola con il pagamento del canone, un’area dedicata a tali temi. Le segnalazioni che pervengono dai cittadini devono costituire punti di riferimento per il miglioramento dei parametri di qualità dei servizi offerti. Pertanto la Rai è tenuta a dare adeguata evidenza ai miglioramenti apportati al servizio pubblico sulla base delle segnalazioni degli utenti.

Inoltre la RAI è impegnata a favorire la sperimentazione delle piattaforme di *social television*, sia per trarre elementi di valutazione rispetto alla qualità dell’offerta percepita dai telespettatori (*sentiment, opinion analysis*) sia per favorire la partecipazione attiva e l’esercizio del diritto di suggerimento e critica rispetto ai diversi segmenti di programmazione, con particolare riguardo alle trasmissioni di approfondimento politico.