

**COMMISSIONE PER L'INDIRIZZO GENERALE E LA VIGILANZA
DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI**

(Presidente On. Roberto Fico)

**AUDIZIONE DEL PRESIDENTE
DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
ANGELO MARCELLO CARDANI**

CONTRATTO DI SERVIZIO RAI 2013-2015

Palazzo San Macuto

16 ottobre 2013

Premessa

Onorevole Presidente, Onorevoli Senatori e Deputati, grazie per aver voluto audire l'Autorità nell'ambito del Loro esame sul contratto di servizio per il triennio 2013-2015.

L'audizione dell'Autorità non è prevista dalla legge, ma costituisce una prassi che si è instaurata in occasione del contratto di servizio 2007-2009, il primo che è stato stipulato dopo la riforma del servizio pubblico radiotelevisivo introdotta dalla legge n. 112 del 2004.

La citata disciplina, oggi trasfusa nel Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ha sensibilmente modificato la previgente normativa sulla connotazione degli strumenti che regolano il rapporto concessorio tra lo Stato e la Rai.

Se prima della legge n. 112 del 2004 il contratto di servizio triennale si inquadra nella cornice della Convenzione (stipulata nel 1994) di durata ventennale, di cui era strumento negoziale integrativo, nell'attuale sistema normativo esso è vincolato direttamente dalla legge che ha puntualmente definito l'articolazione dei contenuti minimi del servizio pubblico (art. 45, comma 2, del Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), affidando all'Autorità, d'intesa con il Ministero dello sviluppo economico, il compito di fissare le Linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite ogni tre anni in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali (art. 45, comma 4).

Le Linee-guida devono quindi precedere ciascun rinnovo triennale del Contratto di servizio e, unitamente agli obblighi minimi di servizio pubblico direttamente fissati dalla legge, ne costituiscono il fondamento.

Tale procedimento fa sì che il Contratto di servizio, pur essendo un atto paritetico tra il Ministero e la Rai, debba essere inquadrato nel contesto di disposizioni precettive che lo vincolano. La connotazione “pubblicistica” del contratto di servizio è, altresì, in sintonia con la norma di cui all’articolo 1, comma 6, lett. b), n. 10, della legge n. 249/97 la quale stabilisce che la Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi esprime parere obbligatorio “*sul contratto di servizio con la concessionaria del servizio pubblico*”.

Illustrerò dunque, brevemente, il contenuto delle Linee-guida emanate dall’Agcom per il triennio 2013-2015, per poi esprimere alcune considerazioni sul contratto di servizio predisposto dal Ministero e dalla Rai, al Loro esame.

Le Linee-guida per il triennio 2010-2012

L’Autorità ha approvato le Linee-guida relative al triennio 2013-2015, d’intesa con il Ministero dello sviluppo economico, con delibera n. 587/12/CONS del 29 novembre 2012.

Si è partiti dalla constatazione dei numerosi cambiamenti che hanno interessato il settore radiotelevisivo modificando in maniera irreversibile il precedente assetto tecnologico. Nel corso del 2012 si è conclusa la transizione alla televisione digitale su tutto il territorio nazionale chiudendo così, formalmente, l’epoca della televisione analogica. Di fatto, però, dato l’arco temporale della transizione (2008/2012), la “rivoluzione digitale” ha già da

tempo iniziato a trasformare il sistema dei media determinando nuove dinamiche di mercato e di consumo. A fronte dei cambiamenti tecnologici ed economici, il ruolo del servizio pubblico resta di primaria importanza nelle politiche pubbliche di tutti gli Stati europei e non.

Negli ultimi decenni, infatti, il settore audiovisivo ha visto l'abolizione dei monopoli e lo sviluppo di una molteplicità di nuovi operatori. L'evoluzione rapida delle tecnologie digitali ha, inoltre, profondamente modificato l'ambiente competitivo. Pur aprendo il mercato alla concorrenza, gli Stati membri dell'UE hanno ritenuto - come confermato dal protocollo interpretativo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri ("protocollo di Amsterdam") - che si dovesse mantenere il servizio pubblico radiotelevisivo quale strumento per garantire la copertura di alcuni settori (informazione, formazione, cultura e territorio) e la soddisfazione di esigenze ed obiettivi politici che altrimenti non sarebbero necessariamente soddisfatti in misura ottimale. Al tempo stesso, come in tutti i settori dell'economia in cui si evidenzia una missione di natura pubblica, e in presenza di operatori finanziati dallo Stato, sorgono preoccupazioni sulla parità di condizioni tra il soggetto pubblico e gli operatori privati in concorrenza. Il quadro europeo di regolamentazione del finanziamento statale del servizio pubblico si è profondamente affinato negli ultimi dieci anni (a partire dalla Comunicazione del 2001), costituendo una solida base e prassi giurisprudenziale per i legislatori e regolatori nazionali.

I cambiamenti tecnologici hanno modificato il mercato della radiotelevisione e dell'audiovisivo. Si sono moltiplicate le piattaforme e le tecnologie di distribuzione, quali la televisione digitale, l'IPTV, la TV mobile e il *video on demand*. Ne è derivata la crescita della concorrenza, con l'ingresso sul mercato di nuovi operatori, come gli operatori di rete e gli operatori Internet. Gli sviluppi tecnologici hanno consentito inoltre la nascita di nuovi servizi dei

media, come i servizi di informazione in linea (TV tradizionale, Internet e mobile, che i telespettatori ricevono passivamente) e i servizi non lineari o a richiesta. La crescente varietà delle opzioni di cui dispongono i consumatori per avere accesso ai contenuti media ha generato il moltiplicarsi dei servizi audiovisivi offerti e la frammentazione dei fruitori. La flessibilità delle nuove tecnologie consente infine una maggiore partecipazione dei consumatori: il modello tradizionale di consumo passivo si è trasformato in partecipazione e controllo attivi sui contenuti da parte dei consumatori. Per rispondere alle nuove sfide, le società di servizio pubblico e le emittenti private differenziano le loro attività, passando a nuove piattaforme di distribuzione e ampliando la gamma di servizi offerti. Anche la diversificazione delle attività (per esempio i contenuti in linea e i canali tematici) delle società di servizio pubblico a finanziamento statale ha alimentato le lamentele di altri operatori del mercato, inclusi anche gli editori.

La natura e gli obiettivi del servizio pubblico, tuttavia, non vengono meno con la differenziazione delle offerte e la frammentazione dell'*audience* del servizio radiotelevisivo, in quanto rimane la necessità di mantenere una sfera pubblica della televisione per assicurare a tutti gli utenti l'accessibilità in condizioni di uguaglianza ad un insieme minimo di servizi, sia attraverso obblighi di copertura della propria piattaforma, sia attraverso la diffusione su altre piattaforme, garantendo la copertura integrale della popolazione. Il servizio radiotelevisivo è percepito come una fonte autorevole di informazioni e rappresenta, per una percentuale non irrilevante della popolazione, la principale fonte di informazione. Il servizio pubblico arricchisce quindi il pubblico dibattito e contribuisce a rendere i cittadini partecipi in qualche misura alla vita del Paese.

Partendo da tale presupposto le Linee-guida, nel dettare gli obiettivi che la Rai deve perseguire nella gestione del servizio pubblico radiotelevisivo nel

prossimo triennio, hanno posto l'accento sulla preminente necessità di aggiornare la missione di servizio pubblico nel nuovo contesto digitale.

Il precedente Contratto di servizio (2010-2012) aveva assunto una prevalente connotazione tecnica dettata dalla necessità di scandire le tappe del complesso passaggio dalla televisione analogica a quella digitale (switch-over). Esaurita la fase di transizione alla nuova tecnologia è ora necessario perfezionare il funzionamento della rete, dell'infrastruttura trasmissiva dei programmi di servizio pubblico.

L'Autorità ha, a tale riguardo, effettuato una pianificazione delle frequenze delle reti televisive nazionali tra cui la rete di servizio pubblico regionalizzato e la rete destinata alle nuove tecnologie da parte di Rai, con la delibera n. 451/13/CONS di approvazione del Nuovo Piano di Assegnazione delle Frequenze. Ad essa ha fatto seguito un accordo procedimentale sottoscritto dal Ministero, dall'Agcom e dalla Rai che delinea i criteri di pianificazione idonei a “stabilizzare” la rete, a garantire l'universalità del servizio e a proteggerne l'effettiva diffusione sul territorio. L'accordo delinea, inoltre, specifici impegni dell'operatore pubblico, del MISE e dell'Autorità per l'effettivo raggiungimento delle sue finalità e il monitoraggio della sua attuazione.

La qualità della rete del servizio pubblico è condizione rilevante per il perseguimento degli obiettivi di “servizio universale” e di interesse generale identificati nelle Linee-guida dell'Autorità e nel Contratto di servizio, e per promuovere reti digitali innovative ed efficienti ottimizzando l'uso delle frequenze.

Sotto altro versante, l'innovazione tecnologica indotta dal digitale comporta che ci si debba ora maggiormente focalizzare sui contenuti e sui servizi offerti dalla concessionaria pubblica, sia in termini di maggiori opportunità di accesso ai contenuti stessi, sia in termini di maggior attrattività, qualità e valore pubblico dell'offerta radiotelevisiva.

Nel solco del Protocollo n. 29 allegato al Trattato di Lisbona dell'Unione europea, che qualifica il servizio pubblico radiotelevisivo come *“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 nell'era digitale è, innanzitutto, quella di delineare la propria identità agli occhi del pubblico nel nuovo contesto tecnologico. I referenti del servizio pubblico radiotelevisivo sono, in primo luogo, i cittadini ed il Paese, nei confronti dei quali l'operatore pubblico, ancorché attivo in un sistema mediale disciplinato da regole di mercato, deve esercitare con pienezza il proprio ruolo.

In tale contesto le Linee-guida hanno individuato tredici obiettivi strategici 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 derivanti dal canone.
- Rafforzare il rapporto con i cittadini/utenti.

Tali obiettivi sono stati poi declinati attraverso tre direttrici principali: il recupero della qualità dell'offerta, l'impegno sul fronte dell'innovazione tecnologica e la trasparenza nell'erogazione del servizio.

La qualità dell'offerta

Circa il primo aspetto l'Autorità ha posto l'accento sulla necessità che il servizio pubblico investa in produzioni di qualità e culturali, recuperando la capacità progettuale che ha connotato in passato il *brand* Rai agli occhi del pubblico; migliori il livello qualitativo dell'informazione che costituisce un imprescindibile presidio di pluralismo, correttezza e obiettività, raggiungendo gli standard delle migliori televisioni straniere che si contraddistinguono per l'elevato grado di approfondimento qualificato dell'informazione; potenzi la

conoscenza delle vicende europee ed internazionali, con un orizzonte ampio e diversificato “aperto sul mondo”; rafforzi la produzione europea ed indipendente; superi gli stereotipi culturali per contribuire alla crescita sociale e al rafforzamento dei valori etici, attraverso una rappresentazione più veritiera della società; valorizzi i materiali d’archivio per conservare la memoria storica del Paese; raggiunga le diverse categorie sociali attraverso la varietà dei generi e l’approfondimento tematico reso possibile dal nuovo scenario digitale.

L’innovazione tecnologica

Secondo gli indirizzi dell’Unione europea, la definizione del mandato di servizio pubblico – che compete agli Stati membri – deve riflettere anche lo sviluppo e la diversificazione delle attività nell’era digitale ed includere servizi audiovisivi su tutte le piattaforme di distribuzione. Il profilo che l’Europa declina, è dunque quello di un servizio pubblico forte, dinamico e adeguato alle condizioni tecnologiche dell’era digitale. Nella risoluzione del Parlamento europeo sulla televisione connessa del 2013, si è persino ipotizzata la previsione di una priorità, in termini di rintracciabilità su tali apparecchiature, a favore dei fornitori di contenuti incaricati dallo Stato di un pubblico servizio.

In aderenza alle *best practices* europee nonché alla strategia di sviluppo definita nel 2010 dalla Commissione europea¹ e rafforzata dal progetto Agenda digitale 2020, le Linee-guida pongono, altresì, l’accento sulla necessità di un’adeguata formazione e socializzazione dei cittadini alle nuove tecnologie, sul presupposto che il servizio pubblico, dato l’altissimo numero di cittadini raggiunti, può svolgere un ruolo formativo di primo piano per favorire l’uso di tali tecnologie nelle pratiche della vita quotidiana.

¹ “Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva”.

E', inoltre, importante che la Rai renda fruibile agli utenti sulla piattaforma IP tutta l'offerta in *streaming* e porzioni sempre crescenti degli archivi storici *on demand*. Altrettanto importante è che la concessionaria utilizzi le proprie *libraries* per promuovere offerte legali di contenuti in rete, in modo da contribuire, per tale via, a contrastare la pirateria online.

Trasparenza nell'erogazione del servizio

In materia di trasparenza, occorre innanzitutto considerare l'esigenza - posta dalla Commissione europea nelle proprie Comunicazioni sugli aiuti di Stato ai servizi pubblici radiotelevisivi² - di distinguere le attività comprese nel perimetro del servizio pubblico da quelle commerciali.

La Rai già opera in base ad un sistema di contabilità separata sulla base dei principi fissati dalla legge e dei criteri stabiliti da apposite delibere dell'Autorità. Tale sistema di regole, tuttavia, non è di agevole comprensione per il cittadino/utente, il quale, in ragione del pagamento del canone, ha diritto di verificare come questo sia impiegato. Pertanto, nelle Linee-guida si è richiesto che la Rai per un verso renda ancor più trasparente e pubblica la propria contabilità, e dall'altro renda riconoscibili e valorizzi i programmi di servizio pubblico attraverso la pubblicazione delle informazioni sui costi e le modalità di copertura.

L'altro aspetto della trasparenza è rappresentato dal rapporto diretto con i cittadini che oggi può essere reso più immediato grazie alle nuove tecnologie. In tale ambito, si è chiesto alla Rai di creare sul web un'area dedicata al dialogo con gli utenti e di sviluppare piattaforme di *social television* sia per favorire la partecipazione attiva e l'esercizio del diritto di suggerimento e critica rispetto ai

² C320 del 2001 e C257 del 2009

programmi, sia per trarre elementi di valutazione rispetto alla qualità dell'offerta attraverso lo sviluppo di indicatori di *sentiment* e di metodi di *opinion analysis*.

Il contratto di servizio 2013-2015

Il nuovo Contratto di servizio, pur presentando elementi di continuità con il vecchio Contratto, contiene interessanti innovazioni, come richiesto dall'Autorità nelle Linee-guida.

In via generale il contratto è stato semplificato e reso più leggibile, così da favorire una sua migliore applicazione nonché un efficace intervento dell'Autorità in materia di vigilanza sul rispetto degli obblighi del contratto stesso.

A tale proposito, è da registrare positivamente l'abolizione della Commissione paritetica prevista dal precedente contratto che, data la sua natura di organo con compiti interpretativi del contratto, ha in alcuni casi ritardato e limitato le possibilità d'intervento dell'Autorità.

Ciò rafforza molto il ruolo di vigilanza dell'Agcom ed è maggiormente in linea con i principi comunitari sugli aiuti di Stato che prevedono che la vigilanza sull'erogazione del servizio pubblico debba essere effettuata da un'autorità indipendente.

Si condivide, come delineato nelle Linee-guida, che l'intera gestione della Rai sia ispirata ai principi del servizio pubblico e su questa base l'azienda delinea la propria programmazione. In tale direzione, si condivide la maggiore specificazione degli obblighi con riferimento ai generi c.d. predeterminati, ovvero rientranti nel contenuto di servizio pubblico.

Quanto a questi generi predeterminati, quindi che la Rai deve obbligatoriamente trasmettere nel perimetro del servizio pubblico, il nuovo Contratto aggiunge due nuovi generi ai sei³ già previsti dal precedente Contratto, e cioè *Programmi per la valorizzazione della musica* ed *Informazione e programmi dedicati allo sviluppo delle competenze e delle culture digitali*. L'impegno della Rai per la divulgazione delle nuove tecnologie della comunicazione, come richiesto nelle Linee-guida, viene del resto ribadito in più articoli del Contratto.

Sempre con riferimento ai generi predeterminati, il nuovo Contratto introduce una novità prevedendo che la Rai trasmetta uno specifico numero di ore nette minimo per trimestre con possibilità di recupero nel trimestre successivo dello stesso semestre, da rendicontare ogni tre mesi. Vengono inoltre confermate le quote previste dal precedente Contratto per le reti generaliste stabilendo che, sempre con cadenza trimestrale (nel precedente Contratto la quota era calcolata sull'intero anno), nella fascia oraria tra le 6 e le 24 la programmazione per generi predeterminati non possa essere inferiore al 70% della programmazione e nel caso di RaiTre all'80%.

Anche per le reti semigeneraliste e tematiche (cioè i canali nativi digitali) è previsto che la programmazione per generi predeterminati debba costituire nel complesso almeno il 70% della programmazione trimestrale (prima la quota era annua). Inoltre, e questa è una novità di rilievo, entro la fine del 2014 ciascun canale semigeneralista e tematico dovrà trasmettere almeno il 20% dei generi predeterminati, innalzando tale quota al 40% entro la fine del 2015.

³Gli altri generi sono: Informazione e approfondimento generale; Programmi e rubriche di servizio; Programmi e rubriche di promozione culturale; Informazione e programmi sportivi; Programmi per i minori; produzioni e co-produzioni italiane ed europee.

Il nuovo Contratto di servizio, inoltre, è molto attento alla verifica dell'equilibrio economico-finanziario laddove specifica che entro il 31 dicembre di ciascun anno la Rai è tenuta a presentare all'Autorità e al Ministero, per eventuali nuovi canali che dovessero essere avviati entro i dodici mesi successivi, una relazione corredata dal relativo piano di sviluppo economico-finanziario che dimostri la sostenibilità e l'equilibrio economico con gli obiettivi e gli specifici obblighi inerenti all'attività di servizio pubblico, come definiti dal presente contratto.

Il contratto pone alla Rai l'impegno a rendere fruibile agli utenti sulla piattaforma IP tutta l'offerta in *live streaming* e a valorizzare porzioni rilevanti degli archivi *on demand* garantendo la presenza della propria programmazione sulle più diffuse piattaforme di tv connesse, *tablet e smartphone*. In questo il contratto è in piena sintonia con l'obiettivo delle linee-guida di rendere la Rai motore di innovazione e di creatività tecnologica.

Sempre conformemente alla Linee-guida è previsto che, oltre alle tradizionali rilevazioni qualitative (*Qualitel*), la Rai attivi le piattaforme tecnologiche, che consentano un "filo diretto" con gli utenti per contribuire al miglioramento dell'offerta e per favorire la sperimentazione di *social television*.

Sulla programmazione televisiva per minori, va segnalata una positiva novità rappresentata dal divieto per i canali tematici dedicati alla programmazione per minori in età prescolare di diffondere pubblicità sotto qualsiasi forma, tra i programmi o all'interno dei medesimi. Per gli altri canali, si prevede che i programmi dedicati ai minori in età prescolare non potranno essere interrotti da pubblicità al loro interno e, se programmati di seguito, tra l'uno e l'altro.

Sul fronte dell'attenzione verso i minori il contratto si pone in linea con le *best practices* europee, anche prevedendo l'impegno della Rai a rafforzare l'offerta dedicata ai minori sia mediante due appositi canali tematici, uno per l'età scolare e uno per quella prescolare, sia nella programmazione generalista all'interno di appositi contenitori, nonché a fornire al MISE, all'Agcom e alla Commissione parlamentare di vigilanza, un'adeguata informativa in merito all'offerta e alla promozione dei canali tematici destinati ai minori.

Un articolo *ad hoc* è dedicato al rispetto della dignità della persona e a promuovere i principi enunciati nella convenzione ONU sulla non discriminazione della donna, rappresentando in modo realistico ed egualitario il ruolo di uomini e donne nella società.

Con riferimento alle associazioni dei consumatori e degli utenti il contratto obbliga la Rai a costituire una struttura interna che curi i rapporti con tali realtà, per garantire la parità di trattamento senza alcuna discriminazione che possa limitare il libero esercizio dei diritti da parte delle stesse associazioni nella partecipazione ai programmi.

Particolare attenzione è riservata anche alle persone con disabilità, attraverso l'obbligo di sottotitolare almeno due edizioni al giorno dei telegiornali delle reti generaliste (Tg1, Tg2, Tg3) rispetto al previgente contratto che ne prevedeva una sola. A ciò si aggiunge l'obbligo di sottotitolare almeno una edizione giornaliera di un notiziario sportivo sulle reti generaliste e di un notiziario su Rai News. Inoltre, si prevede la promozione dell'attuazione dei principi dettati in materia nella normativa internazionale e nella carta dei servizi per il superamento delle barriere comunicative del Consiglio nazionale degli utenti. A questo riguardo, mi sembra opportuno evidenziare la previsione dell'obbligo per la Rai di presentare al MISE, all'Agcom e alla Commissione

parlamentare di vigilanza una relazione annuale sulla programmazione destinata alle persone con disabilità, nonché l'istituzione nel 2012, presso l'Agcom e con la partecipazione del Ministero e del CNU, di un tavolo permanente di confronto con le associazioni di persone con disabilità.

Sulla scia dei precedenti contratti, anche quello in esame impegna la Rai a continuare nello sviluppo di un sistema di analisi e monitoraggio della qualità dell'offerta e della *corporate reputation* (cosiddetto *Qualitel*) confermando, inoltre, i monitoraggi interni all'azienda sui fenomeni di pubblicità indiretta; sul rispetto delle pari opportunità, sulla corretta rappresentazione della dignità della persona, ed in particolare della rappresentazione della figura femminile; sull'accesso all'offerta multimediale e televisiva da parte degli utenti con disabilità sensoriali o cognitive (sottotitolazione e traduzione dei programmi nella LIS, etc.). E' prevista, inoltre, l'attuazione di un sistema interno di monitoraggio per la verifica del rispetto delle quote di emissione e di investimento dei prodotti audiovisivi italiani ed europei.

Con riferimento a questi ultimi vi è una rilevante innovazione, in quanto viene affermato il principio che la Rai considera interlocutori privilegiati i produttori indipendenti italiani ed europei e a tal fine viene individuata una procedura trasparente che consente ai produttori, attraverso le informazioni che Rai è tenuta a pubblicare sul proprio sito web, di pianificare ed indirizzare in modo efficiente la loro attività e di presentare alla Rai progetti conformi alla linea editoriale programmata.

Importante innovazione che va nella direzione di valorizzare la cultura nazionale è quella che impone alla Rai di assicurare una significativa programmazione delle opere di espressione originale italiana negli ultimi 5 anni. Ancorché la disposizione riguardi opere ovunque prodotte, conformemente alla

normativa europea, non vi è dubbio che la stessa possa costituire un impulso per la produzione italiana.

Con riferimento alla gestione economico-finanziaria, si rinvengono alcune significative previsioni introdotte in accoglimento di quanto sancito nelle Linee-guida. Tra queste è meritevole di particolare considerazione, in quanto avente lo scopo di raggiungere obiettivi di efficienza aziendale e di razionalizzare l'assetto organizzativo, quella secondo cui la RAI si impegna a saturare, secondo criteri di economicità, la capacità dei propri centri di produzione. La Rai potrà inoltre svolgere, nell'ambito del proprio mercato di riferimento, comprendente l'offerta televisiva, radiofonica e multimediale e le connesse attività strumentali e accessorie, attività commerciali inclusa l'offerta a pagamento in regime di concorrenza, assicurando che le stesse attività siano sviluppate direttamente o attraverso società controllate e comunque con modalità organizzative che evitino il finanziamento incrociato, anche parziale, di risorse pubbliche.

Queste disposizioni, che si propongono di assolvere ad una funzione di efficienza aziendale, in realtà svolgono un ulteriore e più rilevante compito, quello di riproporre al pubblico una Rai, anche ai fini del confronto con gli altri operatori, come fucina di programmi originali, ideati e realizzati nei "laboratori" dell'azienda pubblica.

Nel senso del miglioramento della trasparenza nell'erogazione del servizio pubblico e nell'utilizzo del canone, esigenza molto sottolineata nelle Linee-guida, rilevante e innovativa è la disposizione che impone alla Rai di rendere evidente all'inizio, durante o al termine dei programmi la dicitura programma finanziato con il contributo del canone. E' bene, tuttavia, precisare che, nell'ottica della trasparenza e della vigilanza sull'impiego delle risorse pubbliche, ma anche della separazione contabile e dell'efficienza dell'azienda pubblica, le Linee-guida

dell’Autorità evidenziano la necessità di rendere immediatamente riconoscibili non solo i programmi dei generi finanziati dal canone ma anche di quelli finanziati con risorse commerciali. La Rai dovrebbe, infatti, opportunamente valorizzare e rendere trasparenti le modalità di recupero del costo dei programmi di servizio pubblico, e in particolare quelli a carattere informativo, e non solo della componente o del solo programma finanziato dal canone. Infatti, se da un lato un obiettivo rilevante è quello di assicurare la massima trasparenza nell’allocazione di un finanziamento pubblico (canone), dall’altro obiettivo non meno importante è quello di garantire valori quali la libertà di espressione, il diritto di replica e il pluralismo attraverso il contenuto dei programmi di servizio pubblico. Pertanto, programmi rientranti nel servizio pubblico che riscuotono significativo successo di audience e che presentano un saldo attivo tra costi di produzione e ricavi da pubblicità, andrebbero ugualmente valorizzati e resi riconoscibili, in quanto segnalano il valore sociale dell’informazione diffusa.

Ancora sul fronte della trasparenza, è previsto l’obbligo per la Rai di pubblicare sul proprio sito Internet i dati aggregati relativi alla classificazione del personale dipendente per tipologia contrattuale e fasce retributive.

Il nuovo contratto di servizio dovrà disciplinare il momento cruciale del passaggio dalla televisione tradizionale che eravamo abituati a vedere al definitivo cambiamento dell’offerta televisiva italiana. Un passaggio fondamentale sia per gli operatori che stanno ripensando le loro strategie industriali, sia, soprattutto, per gli utenti che stanno riadeguando le proprie abitudini di visione.

La definizione del nuovo mandato di servizio pubblico dovrà riflettere lo sviluppo e la diversificazione dell’era digitale, continuando a mantenere le

caratteristiche di servizio universale ed estendendo il più possibile agli utenti il vantaggio dei nuovi servizi audiovisivi e di informazione.

Non a caso la Dichiarazione e la Raccomandazione del Consiglio d'Europa del 2012 richiede, con riferimento ai servizi pubblici di radiodiffusione, di assicurare, accanto all'indipendenza dal potere politico ed economico, anche alti standard qualitativi nonché trasparenza e *accountability*.

Il servizio pubblico, proprio per la sua natura di servizio universale, ha l'obiettivo di farsi promotore dei benefici prodotti dalle tecnologie emergenti, accelerando, se possibile, l'educazione informatica necessaria alla loro fruizione.

Anche nel nuovo contesto digitale, molto più che nel passato, vi è bisogno di continuare a garantire un presidio che operi, al di là delle realtà e degli interessi commerciali, avendo come obiettivo il progresso sociale e culturale, la tutela della democrazia e del pluralismo. Vi è, in ultima analisi, ancora bisogno del servizio pubblico.

Questo credo sia lo spirito delle Linee-guida e del contratto di servizio 2013-2015.

Infine, una considerazione finale. Un appuntamento importante attende il legislatore e la società di servizio pubblico, in vista della scadenza della concessione nel maggio del 2016: il rinnovo della Convenzione, nella prospettiva futura del servizio pubblico e della Rai. L'art. 23 del nuovo Contratto, in vista di questo importante appuntamento, stimola la partecipazione attiva della società e di tutti i soggetti interessati alla costruzione dell'obiettivo 2016. E' chiaro che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è a disposizione per fornire il proprio contributo istituzionale.

Ringrazio molto tutti Loro per l'attenzione.