



CONSIGLIO NAZIONALE DEGLI UTENTI

COMUNICATO STAMPA

CIOFFI, CNU: IN CONTRATTO RAI NECESSARIO EFFICACE MONITORAGGIO E VERIFICA OBIETTIVI, GARANTIRE UNIVERSALITÀ SERVIZIO E DEDICARE UN ARTICOLO ANCHE AI MINORI

“La fondamentale premessa per la concreta attuazione dei principi espressi nel contratto di servizio è quella di prevedere efficaci e trasparenti modalità di monitoraggio e di verifica dell’attuazione degli obiettivi fissati. Un elemento di rilevante novità e di concretezza potrebbe essere rappresentato dall’uso delle metodologie *Key performance indicator* (KPI) che erano state richiamate nelle linee guida di AGCOM”. Lo afferma Sandra Cioffi, Presidente del Consiglio Nazionale Utenti (CNU).

“Tali metodologie – prosegue Cioffi – “se reinserite nel contratto, consentirebbero un monitoraggio anche in chiave prospettica della misura con cui l’emittente realizza gli impegni contrattuali in base ad obiettivi specifici, misurabili, riconoscibili, realizzabili e scadenzati temporalmente. Inoltre, riteniamo che per garantire l’universalità del servizio sia necessario recuperare la fascia degli utenti under 35 che devono essere attratti da offerte innovative sia dal punto di vista tecnologico che dei contenuti con prodotti sempre più personalizzati”.

Cioffi sottolinea inoltre che “Bisogna anche tenere conto in maniera più chiara e dettagliata dei bambini e degli adolescenti, cioè dei minori fino ai 18 anni. Proponiamo quindi di dedicare un articolo specifico per i minori, aggiuntivo a quello già presente sui giovani, tenuto anche conto che l’attenzione alla tutela dei loro diritti nei mass media è anche richiamata dalla Convenzione ONU sui diritti del fanciullo.

La Rai, inoltre, nel suo ruolo di servizio pubblico può anche agire nell'ambito dell'educazione digitale e civica per bambini e adolescenti. Può infatti contribuire, anche in sinergia con il Ministero dell'istruzione e del merito, a creare consapevolezza e conoscenza tanto delle opportunità quanto dei rischi legati ai media digitali.

Inoltre – aggiunge Cioffi – nella delicata evoluzione della Rai verso la *digital media company* è necessario tenere conto anche del *digital divide* che colpisce le fasce deboli e, in particolar modo, le persone con disabilità e gli anziani, che sono i maggiori fruitori della TV lineare. È indispensabile quindi garantire un segnale che funzioni ovunque in maniera omogenea, ma anche investimenti in tecnologie per un accesso universale sempre più facile su tutte le piattaforme Rai. Oltre a ciò, occorre anche aggiornare e testare adeguatamente le App fornite agli utenti con disabilità, per garantirne l'usabilità.

Il percorso verso la Digital Media Company deve rafforzare il profilo di emittente pubblica della Rai. Il contratto di servizio deve inoltre costituire un impegno per l'emittente pubblica, anche attraverso un'adeguata formazione delle sue risorse professionali, a realizzare trasmissioni che comunichino immagini veritiere e non stereotipate delle donne e a non mandare in onda pubblicità sessiste.

Il CNU ritiene infatti necessario che la Rai diventi sempre più un soggetto culturale in grado di contribuire a realizzare una coesione sociale basata sulla promozione delle pari opportunità e sul rispetto reciproco tra uomo e donna, quale elemento fondante per un serio contrasto ad ogni forma di violenza contro le donne, tra cui in primo luogo l'orribile fenomeno del femminicidio.

Si tratta di alcune delle proposte presentate dal CNU in Commissione di vigilanza Rai, nel quadro delle audizioni sul prossimo contratto di servizio Rai, contenute in un più ampio parere che il Consiglio ha elaborato nell'ambito delle sue competenze. Il CNU ritiene infatti che questo contratto di servizio possa rappresentare una importante opportunità perché l'emittente pubblica consolidi e sviluppi ulteriormente il suo ruolo di protagonista nel nuovo scenario mediatico, tutelando sempre più i diritti dei cittadini nel sistema della comunicazione”.

Roma, 7 settembre 2023