CAMERA DEI DEPUTATI - LEGISLATURA XV

COMMISSIONI RIUNITE
VII (CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE) E IX (TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI)

Resoconto stenografico

INDAGINE CONOSCITIVA

Seduta di martedì 20 marzo 2007

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DELLA VII COMMISSIONE PIETRO FOLENA

La seduta comincia alle 8,35.

(Le Commissioni approvano il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso e la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Audizione di rappresentanti di DGTVi, FRT e Aeranti-Corallo.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti di DGTVi, FRT e Aeranti-Corallo.
Nel dare il benvenuto ai nostri ospiti, colgo anche l'occasione per porgere loro le nostre scuse: infatti, a causa dei lavori parlamentari molto convulsi di queste settimane, siamo stati costretti a rinviare queste audizioni, creando, forse, qualche contrattempo di cui ci rammarichiamo. Ringrazio, quindi, sentitamente i nostri ospiti, anche per la cortesia con cui hanno voluto accettare l'invito delle Commissioni qui riunite, nonostante tali disguidi.

DAVIDE CAPARINI. Mi scusi, presidente, ma prima di dare la parola agli auditi per il loro intervento la pregherei di far distribuire copia di eventuali testi da questi depositati.

PRESIDENTE. Certamente. Stiamo già provvedendo al riguardo, deputato Caparini.
Do, quindi, immediatamente la parola ai rappresentanti di FRT e, di seguito, di DGTVi e di Aeranti-Corallo, per la loro relazione.

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente di FRT*. Presidente, fermo restando che FRT comprende tanto le emittenti televisive nazionali che quelle locali - oltre che le radio -, il mio intervento si concentrerà soprattutto sulle seconde, giacché è intenzione di queste Commissioni ascoltare anche i rappresentanti di alcune emittenti nazionali, come Telecom e Mediaset. A tal fine, abbiamo presentato due documenti, uno dei quali concerne le considerazioni degli associati: tra di essi, al di

là delle radio, ed oltre a Telecom e Mediaset, vi sono anche Sky, alcuni canali satellitari di *content provider*, e circa 130 emittenti locali di maggiore ascolto.
Per quanto riguarda il disegno di legge presentato, già solo il titolo, «disposizioni per la disciplina del settore televisivo», mi sembra lontano dalla realtà. Come sappiamo, tale settore è nato trent'anni anni fa, sulla base di una posizione di forza - ossia monopolistica - della Rai che, di fatto, nel giro di alcuni anni, ha condotto al duopolio (di fronte ad una simile potenza, infatti, sarebbe stato difficile che pochi privati decidessero di combattersi per farsi poi sbranare dal maggiore *competitor*, ovvero l'emittente pubblica). Il duopolio è peraltro derivato dalla non volontà di dare un assetto generale al settore, cominciando dalla testa e non dalla coda. Rispetto a tale contesto, il disegno di legge menzionato sembra invece iniziare da metà, cercando di risolvere i problemi duopolistici, senza prendere assolutamente in esame il problema generale anche attraverso il servizio pubblico: questa è l'ovvia e necessaria critica che ci sentiamo di muovere al provvedimento.
L'obiettivo di ridurre al 45 per cento la raccolta pubblicitaria, secondo quanto previsto dal disegno di legge, suscita perplessità, non ultima quella espressa dal dottor Catricalà, che ha rilevato la particolarità della questione. È opportuno valutare l'attuazione di ciò che può sembrare un beneficio per le emittenti locali, perché, se l'obiettivo è far spazio ad altre emittenti nazionali, le emittenti locali tremano. Se già il duopolio è infatti pesante e attrae molta pubblicità, unica possibilità del settore, un tripolio ne attrarrebbe anche di più: nuove presenze andrebbero, infatti, a scavare proprio dove le emittenti locali possono trovare il loro spazio.
Per quanto riguarda le emittenti locali, rilevo come questo disegno di legge non preveda alcunché. Anche la prima stesura della cosiddetta legge Gasparri non prevedeva nulla per le emittenti locali, e, solo a seguito delle nostre richieste che sottolineavano alcune esigenze, sono state apportate modifiche per consentire alle emittenti locali un ampliamento del bacino e la conseguente crescita delle possibilità economiche.
In proposito, riteniamo sia necessario riconoscere la difficoltà di regolamentare un settore con 586 emittenti locali in funzione, che debbono vivere, come aziende, secondo le loro capacità e possibilità.
Ogni anno, conduciamo uno studio economico del settore, da cui si evince chiaramente che le emittenti con oltre 1 milione di ricavi - somma con cui, tuttavia, si conduce una vita grama - sono solo 106. Vi è poi una serie di altre emittenti locali che, per sopravvivere, hanno acceso alcuni canali, forse hanno anche il numero di dipendenti minimo previsto dalla legge, e lanciano alte grida di dolore quando l'Autorità dispone che alcune immagini nella notte non possano andare in onda: se si vuole difendere questi settori, facciamolo pure, altrimenti, lasciamoli come sono, visto che il disegno di disciplina del settore non tocca le emittenti locali, aspetto forse quasi positivo.

STEFANO SELLI, *Direttore di FRT*. Presidente, vorrei intervenire a completamento della relazione del dottor Rebecchini...

PRESIDENTE. Purtroppo, non mi è possibile accogliere immediatamente la sua richiesta, in ragione dei limitatissimi tempi a nostra disposizione. La prego di rinviare il suo intervento in fase di replica.
Do ora la parola al dottor De Chiara, presidente di DGTVi, per la sua relazione.

PIERO DE CHIARA, *Presidente di DGTVi*. DGTVi si è costituito nell'intervallo di tempo intercorso tra la legge n. 66 del Governo Amato e la legge n. 112 del Governo Berlusconi: entrambe imponevano alle imprese televisive di sospendere le trasmissioni analogiche alla fine del 2006 (circa dieci settimane fa).
Convertire tutti gli impianti è un intervento ingente per tutte le imprese: la Rai, in particolare, che per contratto deve garantire la copertura con 3 reti analogiche di tutta la popolazione e utilizza il maggior numero di impianti, è l'azienda chiamata a sopportare il costo più alto in assoluto. Nessuna delle due leggi assegnava al servizio pubblico risorse per adeguarsi e, tanto meno, per trainare il

progetto, così come invece avviene negli altri paesi europei. In proporzione al fatturato, però, il costo maggiore è a carico delle imprese medie e piccole e, in particolare, di quelle locali. Per tutte le imprese televisive, ancora più degli investimenti necessari, incide la consapevolezza di come il loro mondo stia radicalmente mutando in pochi anni.

Contrariamente ad altre rivoluzioni tecnologiche universali, quali la telefonia mobile o Internet, lo *switch-off* televisivo non consente obiezioni e anche la persona anziana più refrattaria sarà costretta ad un cambiamento pur di non restare con lo schermo nero: per evitare che tutto questo appaia come una violenza tecnologica sui telespettatori, l'industria ha considerato suo dovere organizzare questo processo e renderlo attraente, producendo nuovi canali, spiegando, assistendo. Per questo motivo, è nato DGTVi, che oggi rappresenta tutti i principali *broadcasters* nazionali, Rai, Mediaset, Telecom Italia Media e la quasi totalità delle emittenti locali, attraverso le loro due associazioni più rappresentative, FRT e Aeranti-Corallo.

DGTVi rappresenta tutti gli editori televisivi in chiaro, non a pagamento; scopo dell'associazione è anche quello di rappresentare un interlocutore comune per le istituzioni, soprattutto per l'oggetto indicato nel disegno di legge, ovvero la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale.

Anche se su alcuni punti del disegno di legge, quali ad esempio gli affollamenti pubblicitari, le imprese associate in DGTVi hanno interessi e posizioni diverse, che hanno rappresentato nelle loro rispettive audizioni, sul punto centrale del disegno di legge tutta l'industria televisiva ha maturato una posizione comune, che auspichiamo venga presa in attenta considerazione dal legislatore. Il provvedimento propone di spostare la fine delle trasmissioni analogiche al novembre del 2012, data più realistica della precedente: si può discutere se l'Italia, che è pur sempre il secondo paese europeo per diffusione della televisione digitale, non possa porsi obiettivi più ambiziosi di quello di presentarsi all'ultimo appello concesso dalla Commissione europea. La Francia, che pure è partita dopo di noi e ha un livello di diffusione digitale inferiore a quello italiano, si è appena posta, per legge, l'obiettivo del novembre 2011. Ancor prima di dibattere della data finale, però, dobbiamo testimoniare come il semplice annuncio di un lungo rinvio abbia avuto effetti non positivi sugli investimenti. Basti pensare alla situazione del nostro associato più giovane, Dfree, operatore televisivo solo digitale: frutto di un investimento internazionale a capitale misto europeo, esso ha creduto sin dall'inizio nel sistema Italia, ritenendolo uno dei mercati più interessanti e dinamici del mondo per il digitale terrestre e legando il suo modello di *business* ai tempi del passaggio definitivo al digitale. I ripetuti spostamenti dello *switch-off* hanno generato incertezza negli azionisti francesi, i quali, in considerazione dei nuovi termini contenuti nel disegno di legge Gentiloni, hanno ridotto significativamente le loro quote in Dfree. Il principale fattore considerato per gli investimenti internazionali è, infatti, la stabilità e affidabilità del quadro delle regole e oggi l'Italia è agli ultimi posti in questa classifica. Ma anche sul fronte delle imprese a capitale italiano è possibile attendersi analoghi rallentamenti dei piani di investimento delle televisioni piccole e medie. Anche la pianificazione degli investimenti delle imprese maggiori, quali Rai e Mediaset, è pesantemente condizionata dalle date che verranno fissate per via legislativa e soprattutto dalla credibilità che queste date siano rispettate.

Riteniamo che questo effetto negativo dell'annuncio del provvedimento Gentiloni sia stato involontario, perché siamo testimoni del grande impegno dispiegato dal ministro nel Comitato nazionale Italia digitale da lui presieduto, del quale siamo partecipi insieme agli operatori di altre piattaforme e all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. L'effetto negativo è tuttavia innegabile e c'è un solo modo per infondere nuovo slancio al processo e per trasformare un segnale negativo in positivo: introdurre una modifica forte già nel testo che uscirà dalla Camera.

Condividiamo quanto affermato dal presidente dell'Autorità, Corrado Calabrò, ovvero che il cambiamento non possa avvenire in una notte, ma debba essere gestito con una marcia di avvicinamento, che passi attraverso fasi ed ambiti di sperimentazione e di collaudo sempre più vasti, per aree territoriali, anziché per singole reti. Oggi esistono finalmente gli strumenti per costruire un piano per aree. Nel Comitato nazionale Italia digitale lavorano i migliori ingegneri

italiani, i responsabili di aziende pubbliche e private, i dirigenti del Ministero e della stessa Autorità (detto per inciso, i nostri ingegneri, per la geografia e per la storia delle frequenze in Italia, sono i migliori d'Europa). Il Comitato ha già stilato un elenco di aree tecniche, e si tratta, ora, di decidere l'ordine di conversione da analogico a digitale di ogni singola area, ovvero di stabilire, dopo aver completato la conversione della Sardegna e quella della Val d'Aosta, quali grandi regioni termineranno per sempre le trasmissioni analogiche nel 2008, e quali invece negli anni seguenti, considerando anche la dotazione di *decoder* digitali da parte delle famiglie.

Come anche il resto d'Europa sta imparando, migrazioni che coinvolgono tutta la popolazione sono operazioni estremamente complesse. Decisivo è avvisare con largo anticipo, fissare un calendario e non modificarlo, realizzando l'assistenza adeguata, soprattutto agli strati di popolazione più debole. Il 1° marzo, a Cagliari, abbiamo compiuto il primo passo, in apparenza piccolo e misurato, ma già nel compiere questo passo prudente, con la conversione in digitale di alcune reti tra cui Retequattro e Rai 2, abbiamo vissuto un'esperienza drammatica e istruttiva: le domande che arrivano dai telespettatori agli operatori del *call center* che sta assistendo con efficienza le famiglie cagliaritane sono lo specchio di un'Italia che spesso vive la tecnologia con ansia, ma non può e non vuole fare a meno della televisione in chiaro. Oggi possiamo riconoscere che l'operazione è stata un successo: in sole due settimane, l'uso della televisione digitale è infatti quintuplicato e l'analogico si avvia a diventare un consumo residuale nelle aree interessate. L'assistenza agli utenti si è rivelata efficace e soprattutto si è sperimentato un metodo di collaborazione stretta tra Ministero, enti locali e imprese, che costituisce uno strumento prezioso per il prosieguo del cammino. Il 16 aprile sarà la volta di Aosta, dove già lavora una *task force* che fa tesoro dell'esperienza cagliaritana e vede la partecipazione più attiva della regione. Siamo consapevoli che i passi successivi - quando tra qualche mese convertiremo tutti i canali nelle due regioni - saranno ancora più impegnativi, ma l'esperienza di queste settimane dimostra che la rotta è giusta e che anche in Italia è possibile che istituzioni e imprese lavorino nell'ottica del sistema paese.

Questo percorso di spegnimento per aree è ormai adottato nei principali paesi europei, ma può funzionare solo se supportato dalla forza e dalla certezza della legge. Concordo con il presidente della Rai, Petruccioli, sul fatto che potete scegliere se inserire il piano nazionale di *switch-off* nel testo legislativo o affidarlo alla responsabilità dell'esecutivo o dell'amministrazione: anche in questo secondo caso, però, la legge deve impegnare il Governo, infondergli la forza per presentare il piano delle aree, fissare paletti. Ogni anno, si devono interessare aree abitate da milioni di famiglie. In assenza di piano, o se tutte le principali regioni venissero impegnate sulla data ultima, la logistica impazzirebbe, perché si tratta di 24 milioni di famiglie e di 60 milioni di televisori da dotare di *decoder*. La modifica che proponiamo consiste in una delega al ministro a presentare un piano cadenzato di *switch-off,* che indichi il calendario per regioni: la certezza di un percorso credibile è il principale interesse di tutti i *broadcasters* televisivi. Naturalmente, le emittenti locali esigono una particolare attenzione, perché pagano il prezzo più alto per mancanza di frequenze, non possono trasmettere su due frequenze, e ad una più lunga transizione corrisponde un maggiore danno nei loro ricavi. Le televisioni locali non sono un fardello, ma, come precisato dal presidente Folena, rappresentano una ricchezza per il paese, che esige tutela.

Il piano nazionale di *switch-off* è anche l'elemento fondamentale per rendere attuabile l'altro obiettivo che la legge si pone: consentire a nuovi editori che abbiano davvero idee e capitali di entrare nel mercato televisivo, senza esserne impediti dalla patologica scarsità di frequenze che caratterizza il sistema italiano. Questo obiettivo, però, non si realizza con il trasferimento forzato del diritto d'uso delle frequenze da un'impresa all'altra: anche ammesso che dopo un tortuoso percorso di contenziosi, requisizioni e riattribuzioni, un nuovo entrante si vedesse riconosciuto il diritto d'uso di frequenze prima utilizzate da altra impresa, dovrebbe investire danaro e anni per affittare siti, costruire tralicci, montare trasmettitori.

Molto più realistica risulta la strada scelta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che ha deciso di esercitare il diritto e il dovere di assegnare la capacità trasmissiva dei principali operatori di rete esistenti in base a graduatorie pubbliche: usare il servizio di trasmissione fornito da terzi è il

modo più economico, rapido ed efficiente per consentire agli editori televisivi, anche nuovi entranti, di competere ad armi pari nel mercato. In tal senso, l'Autorità è la sede adeguata per garantire che l'operatore di rete non possa discriminare né sul prezzo, né sulla qualità del servizio. La requisizione delle frequenze non è quindi necessaria per garantire la concorrenza e rischia anzi di essere un freno alla digitalizzazione.

Come sottolineato dal presidente Catricalà, il perseguimento dell'obiettivo indicato richiederebbe che le frequenze riassegnate fossero destinate all'utilizzo per trasmissioni in tecnica digitale. L'ingresso di nuovi operatori che trasmettono in tecnica analogica renderebbe, infatti, più difficile e complicata la migrazione completa al digitale. L'attuale formulazione del disegno di legge, invece, non esclude che vengano riassegnate per uso analogico le frequenze restituite allo Stato: questa possibilità è in contraddizione con l'obbligo di spegnimento di tutto l'analogico. Le imprese assegnatarie, infatti, dovrebbero costituire una rete analogica e poi subito spegnerla, con evidente danno al sistema e ai telespettatori.

Come stiamo verificando in questi giorni a Cagliari e ad Aosta, il passaggio anticipato, non solo digitale, di alcune reti analogiche può essere un provvedimento utile ad abituare gradualmente la popolazione ai vantaggi della nuova tecnologia. Riteniamo, però, necessario che anche questo passaggio intermedio venga coordinato con il piano nazionale di *switch-off* che potrà prevedere, nelle aree individuate ogni anno, l'adeguato intervallo intercorrente tra il passaggio al digitale delle prime reti e lo *switch-off* definitivo. I circa tre anni previsti dall'attuale disegno di legge sembrano, infatti, eccessivi: inutili per i telespettatori, dannosi per le imprese interessate e particolarmente negativi per le emittenti locali, che non potranno fare una trasmissione in *simulcast*. I protocolli che abbiamo firmato in Sardegna e in Val d'Aosta con il Ministero e le regioni prevedono un solo anno di intervallo; la Rai, con l'appoggio di DGTVi, ha espresso l'esigenza di accorciare ancora questo intervallo a pochi mesi e il Ministero e le regioni si sono detti disposti a verificare questa possibilità sulla base dei risultati ottenuti con il primo passo, che sono già oggi molto confortanti. L'esperienza dimostra che, dopo che le prime reti hanno terminato la trasmissione analogica, conviene accelerare i tempi di conversione di tutte le emittenti e consentire un efficace coordinamento per chiudere l'operazione.

Aggiungo due brevi considerazioni generali, condivise da tutti gli editori di televisioni in chiaro, limitandomi a fare solo un rapidissimo accenno ad un'altra proposta contenuta nel documento depositato e relativa al mantenimento delle trasmissioni a pagamento, attività che il testo attuale rende quasi impossibile.

L'insieme delle proposte concerne, dunque, la delega al Ministero per un piano nazionale per aree, al posto dello spegnimento delle reti nel 2009, non utilizzo in analogico delle frequenze ridondanti e modifica del passaggio relativo a come si calcolano i canali criptati.

Le ultime considerazioni generali sull'impianto della legge sono condivise da tutti gli editori di televisioni in chiaro: riteniamo che la televisione in chiaro, che si rivolge alla totalità della popolazione, dovrebbe essere sostenuta dal legislatore o comunque non sfavorita di fronte alla realtà industriale emergente della televisione a pagamento, in cui il livello di concentrazione ha natura monopolistica.

Mi permetto, infine, di formulare un auspicio sull'esito di questa discussione parlamentare. Come sostenuto dal presidente nella sua relazione introduttiva, dobbiamo evitare che tutto si impantani in una contrapposizione senza sbocco, perché in questo caso la transizione al digitale sarebbe lasciata al buio con la legge attualmente in vigore, a questo punto inapplicabile, ed eventuali decreti di proroga dello *switch-off* - oggi fissato alla fine del 2008 - scelti sotto la spinta dell'urgenza. Lo *status quo* non conviene a nessun editore televisivo in chiaro, mentre invece c'è l'esigenza di un quadro di certezze per programmare gli investimenti.

È inoltre da evitare anche una discussione senza ascolto reciproco, come quella per la legge n. 112, la cui approvazione avvenne in un clima di contrapposizione che ne lasciava presagire l'accantonamento al primo cambio di maggioranza. Come associazione di imprese, abbiamo il dovere di sottolineare che il più grande ciclo di cambiamenti e di investimenti che l'industria

italiana televisiva abbia mai dovuto affrontare, in uno scenario di grandi *player* e di appetiti a livello mondiale, non può essere affrontato senza una ragionevole certezza e durata delle regole del gioco.

PRESIDENTE. Prima di procedere con gli interventi successivi, vi raccomando la massima collaborazione sui tempi, anche perché le memorie scritte da voi consegnateci sono già in distribuzione.

FABRIZIO BERRINI, *Segretario generale di Aeranti-Corallo*. Mi preme, innanzitutto, far presente che natura e rappresentatività di Aeranti-Corallo sono ben illustrate nel documento in distribuzione: per tali aspetti, ad esso pertanto rinvio, concentrandomi sulle questioni prioritarie da affrontare in questa sede.

Per quanto riguarda le problematiche connesse ai tempi di transizione dalla tecnologia analogica a quella digitale, condividiamo *in toto* il documento prodotto da DGTVi, facendo parte della stessa associazione. Per quanto concerne, invece, la proposta del disegno di legge in discussione, mi preme sottolineare che il mercato della televisione in chiaro è caratterizzato da una situazione (cosiddetto «duopolio»), di assoluta dominanza da parte dei due principali operatori (Rai e RTI Gruppo Mediaset), con le tv locali che occupano una posizione assolutamente marginale, laddove la raccolta pubblicitaria complessiva, per l'anno 2006, per le circa 580 tv locali, ammonta a circa 400 milioni di euro.

L'esistenza di un sistema duopolistico consolidato nel tempo è stata anche accertata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la quale riconosce, nella relazione annuale al Parlamento del 1999, che «i due principali operatori controllano larga parte delle offerte e delle risorse economiche, mentre gli altri soggetti della televisione in chiaro occupano unicamente posizioni marginali». Nelle sue successive relazioni, rileva ancora che, nella struttura del mercato marcatamente duopolistica « i due principali operatori, Rai e Mediaset, controllano la metà dei canali televisivi nazionali in chiaro, attorno al 90 per cento dell'*audience* televisiva media, circa il 75 per cento delle risorse complessive del settore». Nel documento viene illustrata una tabella sempre preparata dall'Autorità, con i dati concernenti la raccolta pubblicitaria dei principali gruppi, tra cui anche le emittenti locali sotto la voce «Altre emittenti», comprese le tv locali, le altre reti nazionali e le *syndication*. Inoltre, Rai e RTI eserciscono un numero di impianti di diffusione in tecnica analogica di molto superiore a quello previsto dal piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive.

La sussistenza del suddetto sistema duopolistico ha, come conseguenza, l'assenza di pluralismo e di concorrenza nel settore televisivo. In questo contesto, appare evidente l'esigenza di un provvedimento legislativo finalizzato a rimuovere le posizioni dominanti oggi sussistenti nel mercato televisivo e nelle relative fonti di finanziamento. Aeranti-Corallo valuta, quindi, positivamente lo spirito dell'articolo 2 del disegno di legge n. 1825, in quanto lo stesso si pone come obiettivo il contenimento della raccolta di risorse pubblicitarie nel settore televisivo in capo a ciascun soggetto, entro limiti idonei a contrastare il mantenimento dell'attuale assetto duopolistico nel settore.

Proponiamo, quindi, che dall'idea e dallo spirito iniziale si possa poi entrare anche in dettagli che favoriscano l'emittenza televisiva locale. Aeranti-Corallo propone che il limite di affollamento pubblicitario orario dei soggetti che si trovano in posizioni dominanti ai sensi dell'articolo 2, comma 1 del provvedimento venga fissato al 15 per cento e non al 16 per cento, e ciò anche nell'ipotesi in cui il soggetto che si trovi nella suddetta posizione dominante vietata abbia trasferito su una diversa piattaforma trasmissiva una o più emittenti televisive già operanti su frequenze terrestri in tecnica analogica. Diversamente, nell'ipotesi di tali trasferimenti si vedrebbe vanificata la portata della norma.

Il disegno di legge, inoltre, deve prevedere un contestuale contenimento degli spazi pubblicitari della concessionaria pubblica, in armonia con i principi espressi nelle linee guida per la riforma della Rai, sulla quale è in corso una consultazione pubblica da parte del Ministero delle comunicazioni. Diversamente, rimarrebbe inalterata l'attuale struttura duopolistica del mercato, in

quanto le risorse pubblicitarie eventualmente liberate affluirebbero esclusivamente alla Rai.
Proponiamo, altresì, che le televendite possano essere trasmesse esclusivamente da parte delle imprese televisive locali, e che le telepromozioni diffuse dalle imprese televisive locali rientrino nei limiti di affollamento pubblicitario giornaliero e non in quello orario, a differenza delle telepromozioni diffuse dalla tv nazionale, che dovrebbero invece rientrare nei limiti di affollamento orario.
Questi provvedimenti, se approvati, contribuirebbero positivamente a svincolare l'attuale sistema televisivo dalla logica duopolistica alla quale è sottoposto, favorendo la crescita e lo sviluppo quantitativo e qualitativo delle circa 580 imprese televisive locali. Tale numero, diversamente da come talora si sostiene, rappresenta un'importante ricchezza per l'informazione nel nostro paese, che riteniamo debba essere adeguatamente valorizzata allargando il mercato delle tv locali, non certo diminuendone il numero: in questi anni, il nostro mercato è sempre stato ristretto, per cui, se si allarga, anche i sostenitori del numero eccessivo delle televisioni locali divengono privi di motivi di critiche.
Aeranti-Corallo auspica, perciò, un'apertura del mercato, in modo tale che le 580 imprese televisive locali possano transitare a pieno titolo nella nuova tecnologia digitale, e ritiene che le imprese televisive locali debbano assumere nei nuovi scenari digitali il ruolo di operatori locali di reti, per cui potranno svolgere, oltre all'attività televisiva tradizionale di diffusione di contenuti audio-video, anche l'attività di veicolazione di contenuti per conto terzi, nonché l'attività di trasmissione dati e servizi, compresi quelli di *t-government*. Nell'attuale fase di transizione, tuttavia, le tv locali, per lo più prive dei canali ridondanti per trasmettere simultaneamente in tecnica analogica e in tecnica digitale (il cosiddetto *simulcast)*, sono costrette ad effettuare la sperimentazione esclusivamente nelle ore notturne, al fine di evitare perdite di ascolto relativamente alla trasmissione analogica, con conseguente impossibilità di sviluppare la propria presenza sul mercato digitale. Riteniamo, quindi, necessario che il disegno di legge confermi la riserva già prevista dai precedenti provvedimenti normativi di un terzo delle frequenze televisive disponibile a qualunque titolo a favore dell'emittenza televisiva locale.
Riteniamo ancora che la cessione della capacità trasmissiva da parte dei soggetti tenuti alla stessa, ovvero dei principali operatori televisivi nazionali, debba avvenire sulla base di regole definite dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, riservando detta capacità in primo luogo all'emittenza televisiva locale.
Consideriamo, altresì, importante che la normativa preveda che i fornitori di contenuti nazionali non possano differenziare i dati e i servizi digitali sul territorio, ma che questa possibilità sia riservata unicamente alle emittenti locali: questo è un punto fondamentale, perché una delle possibilità di sviluppare i nuovi *business* per l'emittenza locale consiste nello sviluppo del *t-government* e dei servizi locali digitali, che riteniamo le debbano essere riservati.
Un altro punto importante riguarda l'ascolto Auditel, realizzato attraverso *meter*, che sono circa 9.200: questa campionatura ci appare assolutamente inadeguata per la rilevazione degli ascolti delle imprese televisive locali, giacché un campione di 5.103 famiglie distribuite sul territorio nazionale - e, peraltro, non presente in molti comuni - non può rivelarsi sufficiente a rilevare gli ascolti relativi ad emittenti che illuminano limitate porzioni di territorio, dato che, statisticamente, l'errore campionario si incrementa esponenzialmente con il diminuire dei campioni. Riteniamo necessario, quindi, anche un intervento su Auditel. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni da parte sua, ha richiesto che tutti i soggetti e tutti gli editori facciano parte della compagine di azionariato di Auditel: Aeranti-Corallo ha inoltrato le relative domande ma, fino ad oggi, la società Auditel è assolutamente inadempiente rispetto alle posizioni espresse dall'Autorità.
Ho saltato molti passaggi, ma credo che nel documento sia ben illustrata la nostra posizione.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti per la loro esposizione.
Do ora la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

ANGELO MARIA SANZA. Vorrei, intanto, ringraziare gli amici intervenuti a questa audizione, per la disponibilità manifestata ed il contributo fornito ai nostri lavori.
Desidero, quindi, chiedere al presidente De Chiara un chiarimento, a proposito di quanto afferma a pagina 4 del suo documento, per quanto concerne l'effetto negativo del provvedimento Gentiloni, laddove si propone di «introdurre una modifica semplice e forte già nel testo che uscirà dalla Camera»: le chiederei di essere più esplicito al riguardo, sebbene la comprensione del concetto sembri recuperarsi in seguito. Che cosa intende con quella frase, assolutamente efficace?
Non abbiamo tempo per discuterne in questa sede, ma sarei altresì interessato ad ottenere maggiori informazioni sulla sperimentazione avvenuta a Cagliari, aspetto che mi pare molto istruttivo per noi legislatori. Apprezzerei inoltre - valuti lei se è in grado di rispondermi oggi stesso, in poche battute - ricevere il suo parere a proposito dell'interrogativo che pende sulla *pay*-tv digitale.

MARIO BARBI. Sarò molto sintetico, riferendomi alla relazione di De Chiara: non mi convince l'uso del termine «requisizione», che la legge non prevede, mentre prevede, invece, la cessione di frequenze, il cui uso non è più necessario nel momento in cui avviene la conversione all'analogico. Ciascuno può usare i termini che ritiene più opportuni ma, su tale punto, vorrei fare questo rilievo.
Ho trovato, poi, molto interessante l'impianto e la proposta, alternativa a quella immaginata, di procedere per conversione su base territoriale, anziché su base di palinsesti e di programmi tradizionali in linea verticale. Questo può essere oggetto di approfondita riflessione, sebbene mi paia di poter rilevare qualche contraddizione tra quanto affermato riguardo a Cagliari e Val d'Aosta, e la proposta sistemica menzionata: le due iniziative, infatti, - benché su base territoriale -, procedono proprio con la conversione di alcuni palinsesti esistenti e non con la conversione totale dall'analogico al digitale; in altri termini, esse avanzano in modo progressivo, ancorché localizzato.
Chiedo, pertanto, al dottor De Chiara di spiegare questo punto, fermo restando che ritengo il termine «requisizione» del tutto fuori luogo, in quanto non inserito nell'impianto della legge né nella sua ispirazione, laddove si tratta, invece, di individuare le frequenze eccedenti che possono essere restituite e diversamente impiegate.

DAVIDE CAPARINI. Della relazione svolta dal presidente di FRT mi ha colpito come la convivenza tra analogico e digitale comporti un elevato costo per gli operatori, e vorrei sapere se siate riusciti a quantificarlo in termini di percentuale di fatturato.
Vorrei, inoltre, conoscere lo stato di applicazione della legge n. 66 del 2001, in quanto la quota riservata all'emittenza locale, per quanto riguarda i canali digitali, ha una rilevanza per il futuro sviluppo del mercato. Con questo, mi collego anche alla domanda che vorrei rivolgere alla Aeranti-Corallo. Condivido l'osservazione che lo slittamento al 2012 dello *switch-off* e l'impossibilità, per le emittenti locali, di fare *simulcast* comportino oneri nella sperimentazione nelle ore notturne, ma soprattutto non consentano di affermare la presenza delle locali nel mercato del futuro. Tale slittamento provoca un grave danno alle emittenti locali, per cui mi domando se non sia più opportuno anticipare la data almeno al 2010, in modo tale da consentire comunque a tali soggetti una presenza, applicando la legge n. 66 sulla nuova piattaforma.
L'ultima domanda riguarda DGTVi, che ha focalizzato l'attenzione sulla necessità di un piano di spegnimento per aree e, soprattutto, sull'accesso di nuovi entranti nella piattaforma digitale. Anche in questo caso, considero cruciale la data dello *switch-off*, come del resto è fondamentale avere un *planning* certo, perché le imprese compiono investimenti che talvolta sfuggono alla politica, ma coinvolgono cifre imponenti. Vorrei, dunque, capire quale possa essere verosimilmente, secondo voi, la data di *switch-off* perché, per lungo tempo, ci siamo arrovellati su questo argomento e sono state fornite diverse risposte: ritengo che possiate aiutarci al riguardo.

ANTONELLO FALOMI. Vorrei concentrarmi sulla questione del digitale terrestre, facendo riferimento soprattutto alla ricca e articolata relazione del dottor De Chiara. Mi sembra che l'idea di passaggio al digitale consista nel far transitare il sistema dall'analogico al digitale: nonostante

qualche maggiore spazio per i nuovi entranti, infatti, fondamentalmente si tratta di garantire tutti gli attuali operatori del settore radiotelevisivo analogico anche nel nuovo assetto digitale. In termini generali, mi sembra un modo leggermente conservatore di utilizzare le nuove tecnologie e le possibilità da esse offerte, sebbene sia perfettamente consapevole delle difficoltà che incontrano le imprese già operanti nel settore, le quali sono certamente chiamate a confrontarsi anche con le direttive europee.
Per quanto concerne la questione della riassegnazione delle frequenze - poiché ho recepito una critica alle modalità con cui il disegno di legge propone di ridistribuirne alcune, liberate dal passaggio di Rai 2 e di Retequattro al digitale terrestre -, vorrei capire come risolviate il problema delle direttive europee, ispirate al principio di non discriminazione, giacché la garanzia dell'attuale assetto anche nel digitale sembra esporre la stessa legge ad obiezioni di natura europea, che rischiano di rimettere in discussione l'intero processo. Dobbiamo, quindi, individuare una formula che eviti un contenzioso su scala europea.
La seconda questione che vorrei porre riguarda il tema delle risorse finanziarie necessarie al decollo della tv digitale, perché non so se siano state effettuate stime complessive, anche per avere un ordine di grandezza del costo degli investimenti in questo settore. Mi interessa, poi, anche un altro aspetto, perché non è sufficiente attrezzarsi con l'*hardware*, ma è necessario che, all'interno dei nuovi canali - che vengono dal digitale terrestre -, circolino i contenuti. Pongo, dunque, il problema del finanziamento dei contenuti e delle questioni ad esso collegate, quali quelle della pubblicità e della *pay*-tv nel settore del digitale terrestre, temi su cui è necessario un approfondimento, giacché a nessuno interessa avere un centinaio di canali su cui, però, passino contenuti scarsamente attrattivi.
Un'ultima questione riguarda il tema delle altre tecnologie: ritenete che concentrarsi in modo totalizzante sulla tecnologia digitale terrestre possa rappresentare un freno all'uso di altre tecnologie - quali l'alta definizione, o la *web* tv -, e che si riscontri un problema di risorse investite in altri settori altrettanto ricchi? Considerando quanta gente in Italia usi il computer ed Internet e quale rilievo potrebbe avere un decollo serio della *web* tv, la mia preoccupazione è che far convergere gli sforzi sul digitale terrestre finisca per penalizzare tecnologie altrettanto significative ed importanti.

CARLO CICCIOLI. Mi sembra che la richiesta generalizzata, da parte delle associazioni, sia di anticipare la scadenza del 2012, e dunque di agire per aree territoriali, o, in linguaggio sindacale, per «gabbie territoriali».
Vorrei sapere se esista una mappa cronologica di questo passaggio, e se sia stata definita tenendo presente le minori risorse delle televisioni locali e, quindi, verificando - per ogni regione - quali anticipazioni effettuare e quali, invece, considerare più difficili da far transitare.
In secondo luogo, in occasione dell'audizione dei suoi rappresentanti, l'Auditel si è proposta con un atteggiamento di tipo scientifico; tuttavia dal vostro testo si evince che tali rilevazioni sono state effettuate su un campione di appena 5.103 famiglie, e che i dati di ascolto complessivo sono stati ottenuti applicando a questo dato un coefficiente moltiplicatore. Vorrei sapere se possiate fornirci un'indicazione precisa per modificare questo tipo di rilevazioni del tutto virtuale.

PRESIDENTE. Non essendovi altri interventi, do la parola ai nostri ospiti per la replica.

STEFANO SELLI, *Direttore di FRT*. Interverrò molto brevemente per rispondere all'onorevole Caparini, che ringrazio per la domanda: i costi di una rete alternativa in digitale per una televisione locale possono essere quantificati in 200 mila-300 mila euro, a seconda dell'area di copertura. In Italia, però, le emittenti locali che coprono un'area vasta, coincidente sostanzialmente con una regione o con città importanti, non sono più di quattro o cinque; qualche altra copre aree provinciali, tant'è che, al momento, le licenze di operatori di rete rilasciate dal Ministero sono una decina, cui si aggiunge un eguale numero di domande presentate: il settore non dispone, quindi, di reti alternative, di reti in digitale, dal punto di vista pratico e concreto.
Per quanto riguarda la seconda domanda, indubbiamente lo strumento previsto dalla legge n. 66 e

dalla recente regolamentazione dell'Autorità - che consente, anche con adeguati spazi, alle tv locali di accedere alla capacità trasmissiva degli operatori nazionali con più di due reti -, è una misura rispondente a quest'esigenza di favorire il settore.
Il *simulcast*, anche in conseguenza della difficoltà di avere reti alternative, è essenziale per il settore, e più lungo è il periodo di *simulcast* più è progressiva e sempre più forte la perdita di ascolti per il settore stesso. Paradossalmente, quindi, proprio il settore locale da sempre auspica che il processo di digitalizzazione avvenga in tempi rapidi, proprio per evitare che qualcuno non abbia la possibilità di trasmettere in digitale e che questo implichi una perdita di ascolto e conseguentemente di risorse.

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente di FRT*. Poiché faccio parte del consiglio di amministrazione dell'Auditel, vorrei rispondere che il campione di oltre 5 mila *meter* è più che scientifico e rappresenta il numero più alto in Europa: i dati sono rilevati sulla base di ricerche condotte conformemente ad indicazioni di vari professori, ma anche questo sistema si sta modificando sulla base di quanto richiesto dall'Autorità . L'Auditel rileva tutte le 584 emittenti locali, ma pubblica solo le 140 che ne hanno dato disponibilità, firmando la liberatoria per trasmettere i propri dati.

PIERO DE CHIARA, *Presidente di DGTVi*. Per quanto concerne la questione posta dagli onorevoli Sanza, Barbi, Ciccioli, risponderò in modo schematico: il disegno di legge indica che nel 2009 si dovrebbero spegnere Rai 2 e Retequattro, una rete per ciascun grande operatore e, nel 2012, l'Italia tutta insieme. In realtà, così non funziona, almeno dal punto di vista logistico, considerato che, in Europa, la misura è inattuabile, perché lo sforzo è troppo concentrato sul finale e sono inutili tre anni di un sistema in parte digitale e in parte analogico che, peraltro, comporterà costi enormi. Emerge in tutta Europa e anche in Italia come invece funzioni un modello per cui si sceglie cosa spegnere quest'anno, cosa l'anno prossimo, regione per regione, anticipando di quanto necessario, come segnalava l'onorevole Barbi, lo spegnimento di alcune reti per abituare il pubblico alla nuova tecnologia. In Sardegna, per esempio, avevamo indicato insieme un anno, ma ci siamo resi conto che è persino troppo, e i risultati indicano che il consumo si sta spostando velocemente sul digitale. Siamo partiti dal 7 per cento di tempo passato sul digitale e siamo già arrivati al 47 per cento in due settimane, dimostrando come probabilmente si possa operare in pochi mesi e, quindi, decideremo di anticipare all'autunno lo spegnimento della Sardegna.
Serve, però, la forza della legge, perché in Sardegna e Val d'Aosta abbiamo condotto un faticoso negoziato per fare dei protocolli, e nelle altre regioni sarà più complicato, e sarebbe auspicabile che, già a partire dal primo passaggio parlamentare della Camera, emergesse un segnale in questa direzione, che infondesse forza allo stesso Governo, per poi volgersi ad altre regioni valutando quando spegnere l'analogico. All'onorevole Ciccioli rispondo che questo piano tecnicamente esiste, lo stanno valutando gli ingegneri, per cui non voglio dare notizie allarmistiche: il gruppo di ingegneri di tutte le imprese, del Ministero e dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che ci sta lavorando, ha già elaborato un modello, secondo il quale sarebbe il Lazio la prossima regione, ma naturalmente servono anche la politica, la società, il buonsenso, il confronto, la valutazione di altri criteri economici, la diffusione dei *decoder* per definire un piano. È opportuno che anche la regione che spegne l'analogico nel 2011 lo sappia oggi, per preparare le operazioni.
All'onorevole Caparini rispondo, quindi, che non ci sarà una sola data, ma una serie di date: è importante non tanto conoscere la data dell'ultima regione (che potrà essere il 2011 - per non arrivare dopo la Francia - ma anche restare il 2012), quanto sapere che già nel 2010 mezza Italia lavorerà solamente in digitale.
Quanto alle frequenze, problema posto anche dagli onorevoli Falomi e Barbi, faccio riferimento solo alla Sardegna. In Sardegna, stiamo tentando di porre in essere il piano, in modo che una volta spento tutto l'analogico nella regione, saremo in grado di conoscere il destino di tutta la capacità trasmissiva che si realizza in Sardegna. Anche in questo senso, anticiperò qualcosa: siamo in grado di rispettare per intero il Trattato internazionale di Ginevra. Per la prima volta, l'Italia rientra nel

consesso delle nazioni civili, rispettando i trattati internazionali con lo spegnimento della tv analogica e la conversione in digitale. C'è spazio per tutti: affermare l'esistenza di uno spazio per tutti significa garantire i servizi all'intera platea degli aventi diritto (penso alle emittenti nazionali che hanno una copertura limitata, e che potrebbero, invece, avere in Sardegna una copertura a livello dei principali competitori delle principali reti), consentire a nuovi soggetti di accedere al settore (presidiato, peraltro, dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che li sceglie) e assicurare il *digital dividend*, ovvero introdurre servizi nuovi ed ulteriori. Di fronte a questa realtà della conversione, credo che il meccanismo dello spostamento di una frequenza analogica da un utilizzatore ad un altro sia del tutto inutile: è necessario lavorare su quanto garantisce risultati e raggiungere obiettivi di sistema.
Per quanto riguarda il finanziamento dei contenuti di cui chiedeva l'onorevole Falomi, abbiamo già detto, a Napoli, che questo è l'unico sistema di industrie, anche private, a sostenere la necessità di un incremento del canone Rai e di un recupero dell'evasione, finalizzato a nuovi contenuti digitali, come traino dei contenuti di tutti.
In ultimo, rispondendo ancora all'onorevole Falomi, il digitale terrestre non è alternativo ad altre tecnologie: in Sardegna e in Val d'Aosta abbiamo anzi riscontrato come le altre tecnologie ci abbiano aiutato a realizzare l'operazione; anche grazie al satellite e al cavo, abbiamo raggiunto livelli di uso digitale tali, che ci consentono oggi di abbandonare l'analogico. Secondariamente, il digitale terrestre serve alle altre tecnologie: in Sardegna e in Val d'Aosta sono nati piani di larga banda accelerati, in coincidenza con l'operazione sul digitale terrestre e, peraltro, i servizi che il consorzio Sardegna digitale sta svolgendo per il digitale terrestre chiaramente portano verso tutta la popolazione i servizi che la regione rivolge al cittadino, utilizzando Internet, una tecnologia molto diffusa, ma meno della televisione.

FABRIZIO BERRINI, *Segretario generale di Aeranti-Corallo.* Rispondo all'onorevole Caparini che per quanto concerne la data, se il passaggio al digitale avvenisse domani, per noi sarebbe un'ottima scelta. Sappiamo, però, che è impossibile anche per le motivazioni addotte dal presidente di DGTVi, Piero De Chiara. Diventa, quindi, estremamente importante la delibera appena assunta dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la n. 109, che disciplina l'uso di quel 40 per cento degli operatori televisivi nazionali. Gradualmente, infatti - a Cagliari sta già accadendo, e succederà anche in Val d'Aosta -, le quote di ascolto si spostano sul digitale, e non avere i canali diventa drammatico. Purtroppo, la delibera n. 109 dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, non ascoltando le associazioni delle tv locali, impedisce di utilizzare quel 40 per cento, tant'è che ci prepariamo a presentare un ricorso al TAR, come annunceremo domani in una conferenza stampa. Più il digitale avanza e più i possessori di frequenze che possono trasmettere in *simulcast* sono alcuni dei nazionali - il famoso monopolio di cui si parlava prima -, più gradualmente perdiamo quote di mercato e pubblicità e siamo destinati a rimanere marginali ancora una volta.
Per rispondere all'onorevole Ciccioli, a proposito di Auditel, non contestiamo che i *meter* oggi esistenti siano ottimi per verificare un ascolto nazionale dell'emittenza, ma rileviamo come il sistema Italia sia diverso da quello inglese, francese o americano. Il sistema Italia ha le televisioni locali, che non sono tutte emittenti regionali, ma anche grandi televisioni provinciali radicate nel territorio (posso parlare di Bergamo piuttosto che di Vicenza), con ascolti che, se verificati nei loro territori, batterebbero qualsiasi emittente, come dimostrato da tutte le indagini svolte: chiediamo, quindi, che Auditel si adegui a quella che è una struttura italiana territoriale delle televisioni.
È fondamentale sviluppare un settore che voglia valutare l'ascolto sul territorio, pertanto, come segnalato nel nostro documento, sarebbe necessaria una parallela analisi telefonica che vada ad associarsi ai *meter* o una loro ulteriore distribuzione, altrimenti risulterà sempre che Tele Vicenza non ha ascolti perché viene riparametrata su una base regionale, e una televisione provinciale *leader* in quel territorio, che ha fatturati per molti versi superiori a quelli di televisioni regionali, non verrà mai rilevata e sparirà. Questo non lo riteniamo giusto, perché un sistema che vuole vigilare deve farlo su tutti i componenti del settore.

PRESIDENTE. Ringrazio tutti nostri ospiti: l'audizione è stata molto ricca di proposte sostanziali, che dovremo esaminare con grande attenzione.
Dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti di CNIPA, UNCEM, CNU e CNT.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti di CNIPA, UNCEM, CNU e CNT.
Informo la Commissione che i rappresentanti dell'UNCEM ci hanno inviato una memoria scritta - già distribuita e a disposizione delle colleghe e dei colleghi -, essendo nell'impossibilità di garantire la propria presenza nella seduta odierna.
Nel salutare i nostri ospiti, do loro la parola, secondo l'ordine di convocazione.

LIVIO ZOFFOLI, *Presidente di CNIPA*. Ringrazio la Commissione per l'opportunità che viene data al CNIPA di esporre, dopo le audizioni dei presidenti dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, le proprie considerazioni in merito all'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale.
In prima istanza, sembrerebbe che il nostro interesse sul disegno di legge in questione sia marginale, in relazione ai grandi temi che lo caratterizzano, ossia la necessità della pluralità informativa e l'apertura del mercato televisivo alla più ampia concorrenza. Tuttavia, i complessi e rapidi mutamenti delle piattaforme tecnologiche, delle quali si avvale il servizio televisivo, aprono scenari innovativi anche per le pubbliche amministrazioni e, in particolare, per la fornitura da parte delle medesime di servizi di *e-government* a cittadini e imprese. Infatti, accanto alla piattaforma del digitale terrestre si affaccia prepotentemente anche la cosiddetta IPTV, ovverosia la televisione su Internet, che darà vita ad un'ulteriore e profonda trasformazione della nostra società.
Il CNIPA, che ha tra i propri compiti quello di promuovere lo sviluppo delle nuove tecnologie nelle pubbliche amministrazioni e, di riflesso, in tutto il paese, non può limitarsi ad assistere all'evolversi degli eventi. Deve, al contrario, partecipare attivamente come attore alla loro corretta applicazione nell'interesse del paese. Questa è la nostra opinione, e su questa strada ci impegniamo ogni giorno.
Attualmente, l'emittenza radiotelevisiva si presenta all'utenza con diverse modalità tecnologiche: quella analogica, quella satellitare, quella digitale terrestre e, infine, quella digitale su Internet. Tutte le tecnologie citate supportano la trasmissione in *broadcast*, ma solo la terza e la quarta introducono i servizi con modalità interattive, limitate nel digitale terrestre, molto più forti nella IPTV. I vantaggi derivanti dalla migrazione dall'analogico al digitale terrestre si sostanziano nel maggior numero di canali disponibili, nella migliore qualità del segnale e, come detto, in una discreta componente di interattività: in prospettiva, l'IPTV potrebbe diventare la piattaforma globale delle comunicazioni, assorbendo, anche se a diverse velocità nei vari paesi del mondo, la televisione tradizionale e quella digitale terrestre, realizzando così la vera e propria convergenza digitale delle diverse piattaforme. Attualmente, però, il livello di penetrazione delle due piattaforme digitali interattive è sensibilmente difforme e la loro diffusione su tutto il territorio nazionale dipende da fattori diversi: da un lato, la velocità con la quale saranno rilasciate le frequenze attualmente riservate all'analogico e l'affermarsi di soggetti in grado di sviluppare contenuti interattivi capaci di conquistare un mercato significativo; dall'altro, la diffusione capillare della larga banda per la IPTV.
A questo punto, credo che sia opportuno riassumere le nostre esperienze sul digitale terrestre, che sono numerose, concrete e di assoluta avanguardia a livello comunitario. Nel 2003, quando fu programmata nel paese la diffusione della televisione digitale terrestre, il CNIPA fu chiamato, per il suo ruolo istituzionale, a costituire, in accordo con il Ministero delle comunicazioni, un gruppo di lavoro per definire quali applicazioni di interesse del cittadino, già esistenti in ambiente Internet, potessero migrare in modo efficace su questa nuova piattaforma tecnologica che prometteva effetti

interattivi. Le conclusioni del gruppo di lavoro furono le seguenti: come aspetti positivi del digitale terrestre, si evidenziò il grandissimo numero di utenti potenzialmente interessati, soprattutto anziani e casalinghe, e l'esistenza di molte applicazioni utili, principalmente di tipo informativo; come aspetto negativo, invece, si sottolineò la probabile difficoltà da parte degli utenti ad usare il telecomando per navigare all'interno delle applicazioni televisive.
Anche a seguito di queste riflessioni, che occorreva verificare sul campo, il comitato dei ministri per la società dell'informazione approvò uno stanziamento di 7 milioni di euro, affidati al CNIPA, per cofinanziare enti locali che presentassero progetti volutamente molto semplici: scopo dei progetti doveva essere la diffusione nel grande pubblico dell'uso della televisione digitale, per attivare un rapporto con le amministrazioni che si concretizzasse in azioni, quali la richiesta di informazioni, o il disbrigo di pratiche semplici. L'iniziativa si tradusse in una procedura concorsuale che ebbe un successo di gran lunga superiore alle previsioni; in totale, furono cofinanziati 29 progetti di altrettante amministrazioni locali, che avrebbero operato con il concorso di emittenti televisive e società di servizi informatici. Oltre la metà dei progetti sono già attivi da più di un anno e hanno dimostrato un'intrinseca validità, fornendo servizi su argomenti di interesse generale, come lavoro ed occupazione. Significativo, in questo senso, il progetto sulla borsa del lavoro del comune di Milano, o i servizi di assistenza sociale del comune di Palermo, o ancora i servizi per la sanità pubblica della regione Emilia-Romagna. A seguito di un giudizio positivo su quest'esperienza, nel corso del 2005, il CNIPA fu autorizzato a lanciare un secondo bando, per circa 2 milioni di euro, orientato al trasferimento su piattaforma televisiva di applicazioni amministrative di maggiore complessità. Anche in questo caso, la reazione da parte degli enti locali è stata decisamente positiva: circa trenta amministrazioni hanno risposto, ponendo applicazioni nuove e interessanti, con evidenza di una grande vivacità intellettuale, unita a concretezza di obiettivi. Di rilievo è la collaborazione ancora in atto del CNIPA con RaiUtile, che è uno dei canali digitali della televisione di Stato.
L'obiettivo è trasmettere informazioni di interesse del cittadino prelevate giornalmente dal portale nazionale *Italia.gov.it*; le informazioni sono strutturate con modalità interattive e sono richiamabili con il telecomando, seguendo un facile menù. Si tratta di un'eccellente dimostrazione di come si possano veicolare le stesse informazioni su piattaforme diverse, per allargare la comunità che da queste informazioni può trarre vantaggio.
Nel frattempo, nell'ottica di assistere le amministrazioni locali e centrali nel dimensionamento delle applicazioni da portare sulla piattaforma digitale terrestre, il CNIPA, su indicazione del comitato dei ministri per la società dell'informazione, ha dato vita, al proprio interno, ad un centro di competenza di alta specializzazione con azioni di stimolo, guida, formazione e monitoraggio. Le richieste di assistenza sono state numerose, e continuano ad esserlo, dimostrando l'effetto positivo di una presenza che aiuti le amministrazioni, necessariamente ancora carenti di esperienza, a muoversi in un ambiente così nuovo e complesso. Inoltre, il centro di competenza può aiutarle a dialogare con le società televisive anche sul piano normativo ed economico, nel pieno rispetto della legge.
L'esperienza di questi anni sta confermando le conclusioni alle quali era pervenuto a suo tempo il gruppo di lavoro, vale a dire che la televisione digitale terrestre può essere utile per i rapporti tra cittadino e pubblica amministrazione. In tale prospettiva, è senz'altro da preferire la modalità d'uso nota come interattività locale, una specie di super televideo, piuttosto che puntare sull'interattività remota, che richiede il collegamento con una linea telefonica per l'accesso a sistemi elaborativi. Le piattaforme tecnologiche hanno influenza sulla modellazione dei contenuti e, di converso, la diversa configurazione dei contenuti può anche spingere gli operatori a modificare le architetture di rete, per renderli sempre più fruibili all'utenza. Un esempio di quanto precedentemente indicato è fornito proprio dal caso di RaiUtile, oggetto, come detto, di collaborazione tra Rai e CNIPA: la modellazione e la conseguente fruizione dei contenuti cambia a seconda della piattaforma di diffusione. RaiUtile, infatti, nasce come canale sperimentale del servizio pubblico, basato in prima istanza sull'interattività del digitale terrestre, ma trasmesso anche sulla piattaforma satellitare e su

Internet. Si presenta sul satellite come una serie di *talk show* a tema; sul canale digitale terrestre con approfondimenti ed interattività; e sul *web* con maggiore contenuto informativo e possibilità di interazione più significativa.
Un ulteriore esempio che rende evidente come la piattaforma tecnologica limiti o valorizzi il contenuto da diffondere è dato dall'evoluzione della stampa quotidiana su Internet: i siti Internet dei quotidiani sono nati dapprima come mera riproduzione della carta stampata, si sono poi evoluti sfruttando le potenzialità del *web* sotto forma di ipertesto, per passare alla sintesi della notizia sul cellulare. Recentemente, il *New York Times* ha reso noto di vedere il proprio futuro esclusivamente *on line*. Anche i contenuti multimediali cambieranno, per passare da un'attuale prevalenza dell'offerta televisiva del *broadcaster*, da parte di pochi soggetti, ad una pluralità di fonti di informazione e di intrattenimento sino ad arrivare, in un futuro non troppo non lontano, ad una realtà dinamica e personalizzata.
Già oggi, l'utente medio di Internet agisce come soggetto attivo, in termini di trattamento dei contenuti multimediali ampiamente offerti in rete, condividendo con la comunità i contenuti di cui dispone, e trasformando così la stessa Internet in una sorta di *video on demand* globale. Questo porterà, di conseguenza, a cambiamenti drastici nelle infrastrutture di rete, che dovranno sempre più assumere caratteristiche di simmetria rispetto all'attuale sbilanciamento del traffico in arrivo, rispetto a quello in partenza. Gli operatori di telecomunicazioni che operano in mercati fortemente concorrenziali, quindi, dovranno necessariamente adeguare le loro infrastrutture, per mantenere la propria clientela e per far fronte alle mutate esigenze degli utenti.
Per le IPTV, si intravede una realtà in forte crescita che, a breve e medio periodo, costituirà un vero e proprio concorrente rispetto alla tv tradizionale: è notizia comparsa di recente sulla stampa che una azienda italiana si è posta l'obiettivo di raggiungere nel Regno Unito, con la IPTV, mezzo milione di utenti nei prossimi due anni. La stessa proporrà nelle più importanti località della nazione le 65 reti e i 25 canali *on demand* di *HomeChoice*, a cui prevede di aggiungere i contenuti sportivi di una *pay*-tv irlandese. Dico questo solo per citare un esempio di un'azienda italiana che sta già operando in un paese europeo caratterizzato da una forte liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni e radiotelevisivo.
Le caratteristiche orografiche del nostro paese rendono la trasmissione del segnale radio particolarmente complessa. La migrazione verso il digitale terrestre, inoltre, non sarà semplice: in alcuni casi, le condizioni trasmissive ne beneficeranno; in altri, il problema sarà ancor più evidente. Anche se si trattano le stesse frequenze, il segnale numerico della tv digitale ha caratteristiche differenti per ciò che riguarda la ricezione del medesimo: l'obiettivo dovrà essere quello di ridurre il più possibile situazioni di *digital divide*, che inevitabilmente si verranno a creare. La trasmissione dei contenuti multimediali su reti IP presenta anch'essa problemi di *digital divide*, in misura ancora maggiore rispetto alle infrastrutture televisive tradizionali. Lo sviluppo di queste nuove piattaforme rischia di risultare discriminatorio per chi non è raggiunto dalla larga banda: il *digital divide* esistente, oggi, in Italia rappresenta, infatti, l'elemento più critico per la diffusione e la crescita dei servizi, inclusi quelli televisivi su tutta la popolazione. Lasciare solo agli operatori di telecomunicazioni la risoluzione di questo aspetto potrebbe peraltro condurre a risultati non soddisfacenti, per la naturale tendenza dei medesimi ad investire prevalentemente laddove i ritorni economici sono più significativi. Pertanto, anche per la peculiare orografia del territorio italiano, ci saranno famiglie che, vivendo in luoghi particolarmente disagiati, non potranno fruire dei servizi offerti da queste nuove tecnologie. Una delle soluzioni attualmente disponibili per porre rimedio al tema del *digital divide* è l'utilizzo del Wi-Max che offre, tra quelle disponibili, la migliore efficienza per quanto attiene all'utilizzo dello spettro radiofrequenziale. Su questi temi, peraltro, il Governo ha già dimostrato specifica attenzione, istituendo il Comitato per la diffusione della larga banda sul territorio nazionale.
Lo sviluppo tecnologico nel campo che stiamo trattando porta, inevitabilmente, a cambiamenti più o meno veloci nelle abitudini dei cittadini. Quel che maggiormente ci interessa come CNIPA è la possibilità di veicolare, attraverso la televisione digitale terrestre, o mediante la IPTV, i servizi di *e-*

government oggi disponibili, o in via di sviluppo sul personal computer. Infatti, la disponibilità di piattaforme che consentono di raggiungere il maggior numero possibile di utenti permetterà di accelerare la trasformazione dello Stato verso un'amministrazione disponibile, trasparente e veloce, che è l'obiettivo fondamentale del nostro operare, in aderenza agli indirizzi del Parlamento e delle scelte del Governo, in particolare del ministro per le riforme e le innovazioni nella pubblica amministrazione. In concreto, questa trasformazione porterà ad un'amministrazione più agile e meno costosa, in grado di dare un significativo impulso al recupero di competitività del sistema paese, e quindi, di meglio supportare la crescita economica dell'Italia.
Credo di poter affermare, oggi, che la competenza che questo centro ha maturato nel tempo, anche grazie al continuo contatto con tutte le amministrazioni centrali, e con numerose e diverse amministrazioni regionali e locali, costituisce un patrimonio insostituibile per monitorare la situazione e per dare corpo ed efficacia all'introduzione delle nuove tecnologie in un sistema maturo, come quello della pubblica amministrazione. La materia, come è evidente, riveste caratteristiche di straordinaria complessità. È altrettanto evidente l'importanza di garantire un futuro all'ingente patrimonio della pubblica amministrazione, costituito dal vasto numero di dati e servizi utili al cittadino che va identificato, valorizzato, migliorato e diffuso, utilizzando il meglio delle varie piattaforme tecnologiche disponibili: anche in questo campo, la competenza del CNIPA, con l'impegno consapevole e riconosciuto dei suoi operatori è, e sarà, come sempre, a disposizione del Parlamento, del Governo, e quindi del paese.

ROCCO MONACO, *Coordinatore nazionale di CNT*. Onorevole presidente, onorevoli deputati, vi rivolgo un ringraziamento a nome mio e del CNT, l'associazione che ho l'onore di rappresentare. Il Coordinamento nazionale televisioni è un'associazione storica, nata nel 1994, dopo le famigerate graduatorie dell'ex ministro Pagani, che voleva annullare, con un colpo solo, 500 televisioni italiane: da quel momento, ci siamo messi a capo di tale coordinamento e, grazie alle battaglie che conduciamo dal 1994, le emittenti in questione sono state riammesse.
Dal momento che, nel corso dei lavori di queste Commissioni, sono stati già affrontati numerosi argomenti, il mio intervento sarà brevissimo e si focalizzerà su alcuni interventi primari per la televisione locale, in primo luogo quello riguardante la pubblicità.
È ben noto che, al momento, sul mercato italiano vi sono operatori nazionali in grado di raccogliere, insieme, il 94 per cento delle risorse pubblicitarie e che, di conseguenza, rimane a disposizione di ben 500 emittenti appena il 6 per cento del fatturato. Quindi, a mio avviso, bisogna introdurre l'obbligo di investire sulle reti televisive nazionali la pubblicità cosiddetta istituzionale. Il più delle volte, le campagne pubblicitarie, a partire dalla pubblica amministrazione, dei vari Ministeri, organi, od enti, vengono veicolate addirittura sulle televisioni nazionali, senza passare mai dalle emittenti locali: così facendo, lo Stato incrementa gli introiti delle reti nazionali. In proposito, signori onorevoli, vi chiedo: quante campagne pubblicitarie avete mai visto su una televisione locale?
Oltre a ciò, ritengo opportuno che sia ripristinata una vecchia norma della legge Mammì, la quale prevedeva la destinazione - ad opera degli enti pubblici - di una quota significativa (pari al 30 per cento delle risorse pubblicitarie raccolte dalla pubblica amministrazione nei propri comuni e nei propri enti), a favore dell'emittenza locale: anche questo provvedimento, infatti, è stato disatteso nella maggior parte dei casi. In tale contesto, bisogna considerare che il monopolio controlla anche il mercato della programmazione: ad oggi, è impossibile trovare sul mercato distributori di programmi televisivi disposti a fornire tali prodotti alle tv locali. Inoltre, sono completamente scomparsi i magazzini e tutto il materiale disponibile è stato acquistato da Rai e Mediaset: anche in questo settore, quindi, la legge dovrebbe intervenire.
Ritengo che tale problema potrebbe essere risolto, almeno in parte, aprendo i magazzini di Rai e Mediaset: infatti, dal momento che queste ultime hanno un patrimonio di programmi - a mio avviso scarsamente utilizzati -, potrebbero divenire fornitori delle tv locali, sotto il controllo dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni. Inoltre, per quanto riguarda l'aspetto dei prezzi e quello

dell'accesso, dovrebbe sempre vigere il controllo dell'Autorità. In questo modo, certamente, si ridurrebbe anche il *deficit* esistente, come annunciato dal direttore generale della Rai. Come sappiamo, la Rai ha migliaia di ore di bellissime produzioni, che sono state realizzate nell'arco di questi quarant'anni, ma che rimangono abbandonate nei suoi magazzini.

Alla luce di quanto detto, mi domando perché non ripetere un'esperienza già attuata in passato: mi riferisco al 1992, quando fu promossa una bellissima idea da parte di Rai e della Sipra, ossia quella di costituire, *a latere*, un consorzio denominato «Cinque Stelle». In tal modo, da una parte si proponeva un ottimo palinsesto, composto da tutti quei programmi che la Rai non trasmetteva più; e dall'altra, si forniva la pubblicità, a compensazione delle trasmissioni proposte. Abbinando la programmazione della Rai, o i programmi di Mediaset, non utilizzati, al sistema delle televisioni locali, alla programmazione dei consigli comunali, delle regioni, delle province, degli enti locali, non si parlerebbe più di televisione spazzatura, ma della vera televisione locale: questi, a mio parere, sono i punti di forza sui quali intervenire, per quanto riguarda la programmazione delle televisioni.

Quanto alle frequenze televisive, accolgo con favore la riforma della legge Gasparri. In proposito, devo complimentarmi con questo Governo e con questa Commissione, perché hanno voluto ascoltare la voce delle associazioni, dei veri protagonisti; cosa che in passato mi pare non sia successa, relativamente alla legge richiamata.

Anche in questo settore, in tutti questi anni, il duopolio ha monopolizzato il mercato, grazie alla scelta, avallata anche dal Governo di sinistra, che ha obbligato le reti nazionali a realizzare ulteriori reti televisive da utilizzare in tecnica digitale, coprendo almeno il 70 per cento del territorio. Naturalmente, in questi ultimi anni si è scatenata la corsa all'acquisizione di frequenze da parte di Rai e Mediaset (anche se mi chiedo se questo fosse realmente necessario); la Rai, in particolare, ha acquistato - e continua a farlo - frequenze per la sperimentazione del digitale, spendendo centinaia di milioni di euro del canone di abbonamento. Tra l'altro, come presidente dell'associazione nazionale utenti televisivi, Utelit, posso dire che questo è un argomento che stiamo affrontando seriamente: mi riferisco, in modo specifico, all'ente pubblico, alla Rai, che continua a comprare decine e decine di frequenze, quando invece potrebbe razionalizzare il patrimonio delle frequenze che ha già a sua disposizione. Assumendomi la responsabilità di quanto dico, evidenzio il fatto che le reti Rai sono diventate dei colabrodi. La situazione che osserviamo, insomma, è simile a quella che viviamo quando, percorrendo le autostrade, ci chiediamo se si stia curando effettivamente tale patrimonio e se sia proprio necessario sperperare tutti questi soldi pubblici.

Il disegno di legge Gentiloni prevede che durante la transizione in tecnica digitale una rete Rai ed una Mediaset siano dismesse in tecnica analogica: cosa succederebbe se le stesse trasmettessero in tecnica digitale? Non avremmo risolto il problema. A tale proposito, occorre essere chiari. Per spiegarmi meglio, faccio notare che se lasciassimo che Retequattro - l'emittente generalmente citata - o una rete Rai fossero utilizzate in tecnica digitale, la nostra azione consisterebbe solo nel fare a tali emittenti un ulteriore regalo. Del resto, voi mi insegnate che poiché un canale televisivo viene moltiplicato per quattro, automaticamente Rai e Mediaset si troverebbero ad avere altre quattro reti, oltre alle dodici ufficiali, senza contare i vari mux A e B. Questi soggetti, in pratica, si troverebbero a gestire qualcosa come venti canali televisivi; una realtà che a mio avviso è del tutto sproporzionata.

Un ulteriore aspetto molto importante riguarda la questione delle postazioni televisive. In proposito, sottolineo che la società DMT, riconducibile al monopolio di Berlusconi, sta acquistando postazioni in tutta Italia: tale azienda ha dichiarato di aver raggiunto e superato l'acquisizione di oltre mille torri e relative postazioni, e di voler arrivare allo stratosferico numero di 2 mila unità nel prossimo anno. Quando questa operazione sarà completata, la maschera verrà calata; così, le emittenti locali e quelle indipendenti saranno obbligate ad utilizzare le postazioni di DMT, e ne dovranno subire le richieste economiche certamente non modeste, oltre che le condizioni tecniche: insomma, Mediaset diventerà il padrone di casa delle emittenti locali e di quelle indipendenti, imponendo il canone e le modalità di accesso alle postazioni, nonché le caratteristiche tecniche e radioelettriche degli

impianti.
Anche in questo caso, sarebbe importante inserire una vecchia norma della legge Mammì, precisamente quella che stabiliva che fossero gli enti pubblici ad assegnare i suoli alle televisioni locali: era la pubblica amministrazione ad individuare i siti, a dare il suolo alle televisioni locali, a far creare i consorzi, senza che proliferasse il monopolio. In conclusione, affronto un'ultima questione: si sente dire che il patrimonio Rai *Way*, anch'esso pubblico, debba finire in mani americane. Ho contestato nel 1986, attraverso *Il Sole 24 Ore*, questa circostanza e continuo ad oppormi.

PRESIDENTE. Dottor Monaco, sicuramente non le sarà sfuggito che la proposta da lei avanzata, ossia la possibilità che i programmi conservati nei cassetti della Rai passino alle tv locali, era già stata avanzata dal relatore, ovvero chi vi parla, appunto nella sua relazione.
Do, quindi, la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

DAVIDE CAPARINI. Sarò brevissimo, giacché vorrei affrontare solo due questioni. Rivolgendomi ai rappresentanti del CNIPA, dico che l'esperienza del *digital divide*, nelle aree marginali del paese, mi ha toccato direttamente: infatti, venendo da una vallata delle Alpi, ho potuto constatare, in prima persona, il disinteresse dei grandi operatori ad investire nella banda larga. Pertanto, ci siamo attrezzati in tal senso, organizzando con le imprese il sistema Wi-Fi, oggi Wi-Max, e ottenendo ottimi risultati; tuttavia, abbiamo verificato l'importanza del rapporto con gli enti locali, che è fondamentale nel momento in cui si deve realizzare la rete.
La nostra esperienza mi porta a domandarle come sia possibile migliorare il rapporto tra gli operatori interessati, che generalmente sono di piccole dimensioni, e gli enti locali che, naturalmente, manifestano delle diffidenze, o comunque delle resistenze, quando si tratta di nuove tecnologie, e nel momento in cui si parla di investire, in questo caso non denaro pubblico, ma semplicemente impegno, in settori così fortemente innovativi. Non sarebbe il caso di introdurre dei protocolli di digitalizzazione, o di dare agli enti locali di quei territori marginali delle istruzioni, dei codici di comportamento? Insomma, non sarebbe opportuno aiutarli nell'approccio a queste nuove tecnologie?
Per quanto riguarda il CNT, sottolineo che mi ha colpito l'appunto riferito alla pianificazione della pubblicità relativamente alle istituzioni. Certamente, queste ultime investono svariate decine di milioni di euro in pubblicità e, molto spesso, la pianificano con logiche di investitori nazionali, tralasciando il ruolo importante che, anche dal punto di vista della penetrazione, possono rivestire le emittenti locali. Ebbene, a tale proposito, vi chiedo quale meccanismo avete pensato - se ne avete immaginato qualcuno - per invertire questo flusso: si è parlato di una modifica legislativa? Oppure, dal momento che l'impianto normativo esiste, ma purtroppo non è applicato, chi dovrebbe essere deputato ad attuare la disciplina di riferimento?

PRESIDENTE. Non essendovi altri interventi, do la parola ai nostri ospiti per la replica.

LIVIO ZOFFOLI, *Presidente di CNIPA*. La domanda che è stata posta è centrale, perché l'evoluzione e lo sviluppo del nostro paese richiedono necessariamente l'utilizzo delle nuove tecnologie: ciò significa attuare la diffusione della banda larga sul territorio nazionale in modo uniforme, proprio per non creare discriminazioni.
Abbiamo portato avanti e realizzato un progetto chiamato «Sistema pubblico di connettività» che si sta dispiegando adesso sul territorio, e che prevede, appunto, l'utilizzo della banda larga: ciò è avvenuto a seguito di una gara che è stata indetta, e che ha determinato la fornitura di tali servizi di interconnessione a quattro operatori nazionali, invece del monopolio che si è verificato fino ad oggi. Ritengo che questa sia una grande opportunità che abbiamo messo in campo, infatti, aprendo la concorrenza, da un lato si fanno crescere le aziende e, dall'altro, si provoca una riduzione dei costi

che si riflette - e questo era un nostro obiettivo - sui cittadini. Del resto, la connessione in larga banda, l'ADSL, che oggi è disponibile sul mercato per ciascuno di noi, è ancora troppo cara rispetto al reale servizio che viene offerto.
Come dicevo, quindi, il nostro scopo era quello di ridurre i costi per la pubblica amministrazione e, di conseguenza, anche per i cittadini e le imprese. Nonostante ciò, è assolutamente vero che nei piccoli comuni, nelle zone più disagiate, la larga banda ancora non arriva: gli interessi economici, infatti, sono tali da non consentire agli operatori di mercato di lavorare. Dobbiamo, dunque, favorire la crescita degli operatori locali; per farlo, è necessario che le regole che presiedono al sistema pubblico di connettività siano tali da poter essere accettate anche da operatori piccoli. Tuttavia, a mio avviso, questo non è sufficiente: tale processo, infatti, potrebbe essere troppo lento rispetto alle necessità e alla volontà di modernizzazione del paese. Pertanto, abbiamo lanciato un altro progetto, un bando di cofinanziamento, per quanto riguarda i centri di servizio territoriali: si tratta di realizzare delle aggregazioni di piccoli comuni in centri di servizio, che possano fornire la connettività e i servizi necessari a questi comuni.
A tale proposito, faccio presente che l'elaborazione dei dati anagrafici, o l'interconnessione all'anagrafe tributaria per la trasmissione delle informazioni, per un piccolissimo comune rappresentano un problema. Tali difficoltà si possono risolvere soltanto aggregando questi piccoli comuni, e dando loro i servizi di cui necessitano; tra i quali sicuramente va annoverata la connettività: operando in questo senso, credo che riusciremo, nel tempo che auspichiamo più breve possibile, a far sì che si riduca più agevolmente e velocemente il *digital divide* esistente. Non possiamo avere cittadini di serie A e cittadini di serie B: dobbiamo lavorare ed investire in questo campo, proprio per ottenere questo risultato.

ROCCO MONACO, *Coordinatore nazionale di CNT*. Rispondo all'onorevole Caparini circa le modalità a cui ricorrere per veicolare la pubblicità, se attraverso le televisioni locali o diversamente. Fino a ieri, i vari Ministeri si rivolgevano alle agenzie di pubblicità, le quali, il più delle volte, distribuivano la pubblicità ai loro amici - il meccanismo ha funzionato in questo modo -, non tenendo conto neanche dei dati Auditel: la pubblicità, dunque, veniva veicolata secondo le simpatie e le amicizie. Pertanto, abbiamo denunciato anche questo settore. Si sono verificati numerosi episodi, relativamente a tale situazione: penso, in particolare, al caso di Napoli, e agli spazi della pubblicità del Ministero della sanità. Molto spesso, questi passaggi venivano venduti a cifre astronomiche, a prezzi veramente altissimi; il più delle volte, inoltre, le agenzie nazionali hanno distribuito la pubblicità su alcune televisioni.
Lo stesso vale anche per le regioni, tuttavia, in proposito occorre tener presente che il ruolo delle televisioni locali nelle regioni è molto particolare. Ad esempio, in Puglia - la regione da cui provengo -, la pubblicità istituzionale viene trasmessa esclusivamente da una o due emittenti; circostanza che diventa molto pericolosa.
A questo punto, dobbiamo stabilire delle regole e dei criteri certi. È necessario decidere se agire con i dati di rilevazione o con le coperture: qualunque sia la decisione assunta, occorre creare dei parametri, che siano fissati per legge. Personalmente, rispetto la televisione che regista un milione di ascolti e trovo giusto che in un'emittente del genere un passaggio pubblicitario venga venduto a 500 euro; tuttavia, ritengo altrettanto corretto che l'introito di quella emittente, che opera nella provincia, e che fa la vera televisione locale, sia proporzionale all'ascolto da essa registrato. In ogni caso, è importante agire nella massima trasparenza, per evitare che il presidente della regione diventi l'amico dell'editore più forte della regione: questa non è democrazia.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti di CNIPA e CNT per la disponibilità manifestata ed il prezioso contributo.
Dichiaro conclusa l'audizione.

Audizione di rappresentanti di Ordine dei giornalisti, Fondazione Rosselli, Associazioni di distributori di giornali e di edicolanti.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti di Ordine dei giornalisti, Fondazione Rosselli, Associazioni di distributori di giornali e di edicolanti.
Nel dare il benvenuto ai nostri ospiti, do loro la parola per la relazione, secondo l'ordine di convocazione.

FLAVIA BARCA, *Coordinatrice dell'Istituto di economia dei media (IEM) della Fondazione Rosselli*. Onorevoli presidenti, siamo onorati di essere interpellati in merito alla disciplina di un settore basilare per la democrazia contemporanea quale il settore radiotelevisivo, in un momento cruciale di transizione dalla tecnologia analogica a quella digitale.
L'Istituto di economia dei *media* svolge, da dieci anni, un attento studio sul sistema della comunicazione in Italia e nel mondo, sintetizzato, ogni anno, nel rapporto di cui ci pregiamo fornire copia alle Commissioni (dovreste già averlo nella documentazione consegnata).
Assieme al IX rapporto IEM, consegniamo anche un breve documento sul sistema televisivo in Italia, con i dati, ove possibile, aggiornati al 31 dicembre 2006, che rappresenta di fatto la base oggettiva dei ragionamenti avanzati in questa sede.
Condividiamo ampiamente, innanzitutto, i principi di garanzia e tutela del pluralismo e della concorrenza a cui si ispira tale disegno e a cui la Corte costituzionale ha da sempre riservato un'attenzione speciale. Principi assolutamente imprescindibili in una fase di mutamento dell'*habitat* televisivo così profondo da ridisegnare confini, struttura e processi dell'industria, in modo assolutamente radicale. Nella direzione di rafforzare tali principi, la disponibilità di risorse pubblicitarie e frequenziali è condizione essenziale per l'accesso al mercato televisivo di nuovi soggetti e, quindi, per lo sviluppo del pluralismo nel nostro paese.
È necessario, infatti, evitare che gli squilibri del mercato vengano replicati anche nel nuovo *habitat* digitale, ancorché il passaggio alla tecnologia digitale offra, di per sé, un'apertura ed una diversificazione dell'offerta: questo risulta abbastanza evidente dai dati inseriti nel rapporto.
È corretto, quindi, intervenire su pubblicità e frequenze, anche se, secondo le nostre valutazioni, entrambe le misure (articoli 2 e 3) andrebbero forse affinate per renderle più chiare e di più semplice applicazione. In particolare, la norma riguardante i limiti alla raccolta pubblicitaria andrebbe, forse, sostenuta da uno studio approfondito che stabilisse, con criteri scientifici e trasparenti, caratteristiche ed entità del tetto, nonché le migliori modalità della sua applicazione, ma soprattutto la correttezza della *ratio* alla base dell'impianto regolatorio.
Non è, quindi, questa la sede per affrontare nel dettaglio un tema di tale complessità giuridica ed economica. Quello su cui, invece, vorremmo richiamare la vostra attenzione è, a nostro parere, la mancanza di una visione sistemica all'interno del disegno di legge. Se, infatti, è comprensibile la volontà di operare in una logica di piccoli passi e se si è correttamente partiti dal presupposto che l'apertura del mercato abbia un effetto importante di impatto a cascata su tutta la filiera televisiva, è però vero che vi sono, nell'industria audiovisiva in Italia e nella normativa che la regola, delle zone d'ombra che impediscono il corretto funzionamento del sistema e che, giorno dopo giorno, allontanano il nostro paese dal resto dell'Unione europea, sia sul piano economico sia su quello sociale: le zone d'ombra di ostacolo alla crescita del mercato televisivo e al suo sviluppo in senso pluralista sono il settore televisivo locale e una risorsa sempre più scarsa, qual è il contenuto da veicolare sulle reti.
Iniziamo da quest'ultimo aspetto e facciamo alcuni esempi (in realtà, ne menzionerò solo uno, gli altri li troverete descritti nell'allegato): nel corso degli anni ottanta, l'esplosione dei canali commerciali nazionali - Canale 5, Rete 4 e Italia 1 - si sviluppa soprattutto dopo il 1985, attraverso investimenti rilevanti nell'offerta di contenuti inediti per il mercato nazionale, in parte attraverso la

produzione di programmi originali, ma principalmente con l'acquisto di *fiction* sul mercato internazionale e la coproduzione di lungometraggi con preacquisto dei diritti televisivi. Sono questi che permettono al gruppo Fininvest di sbaragliare la concorrenza, fidelizzare le utenze ed identificare quel nuovo mercato pubblicitario che gli consentirà di mantenere per venticinque anni il ruolo incontrastato di maggiore operatore commerciale nazionale. Basta pensare, peraltro, al recente acquisto di Magnolia del Gruppo De Agostini o all'interesse in questi giorni per Endemol.
È evidente, quindi, quanto, per un efficace sviluppo del sistema radiotelevisivo, nonché a garanzia della concorrenza e pluralità, sia necessario che ad una moltiplicazione delle piattaforme dei canali di distribuzione segua un'adeguata moltiplicazione dei contenuti fruibili. Un risveglio, quindi, dell'industria della produzione televisiva italiana che possa far fronte alla scarsità di prodotti audiovisivi ed assieme controbilanciare lo storico, ed ormai quasi endemico, controllo dei diritti da parte dei soggetti dominanti, accompagnato da pratiche di *warehousing*.Un controllo esclusivo di diritti in verticale su tutti i *media* da parte di un unico proprietario può, infatti, nella fase attuale di sviluppo di ulteriori piattaforme, importare anche sul digitale lo stato di oligopolio dell'analogico. Se da un'analisi dei primi indicatori disponibili l'andamento del settore della produzione di contenuti appare positivo - il fatturato è in crescita e così il numero delle aziende -, in realtà uno sguardo più approfondito rivela come il prodotto italiano sia scarsamente competitivo sul mercato internazionale non solo per problemi strettamente legati alla lingua e al bacino d'utenza. L'Italia, infatti, copre solo l'1,5 per cento dell'*export* mondiale dei *format* televisivi, e i *format* italiani soddisfano solo il 3 per cento della domanda interna di *format*: si tratta di dati, specie quest'ultimo, assolutamente allarmanti, che testimoniano un modello di *business* inefficiente. In Italia, la quasi totalità delle produzioni avviene infatti su commessa, ed è interamente finanziata dai *broadcaster* che trattengono la titolarità dei diritti.
Il profitto del produttore si basa sulla *producer fee,* calcolata in percentuale sul costo di produzione: per questo soggetto, quindi, non c'è rapporto diretto tra successo del prodotto e ritorno economico. La conseguenza è che il produttore non ha alcun incentivo ad investire in innovazione, né è in grado di richiamare l'interesse di capitale di investimento, con evidenti ricadute negative sullo sviluppo di una creatività nazionale e sulla valorizzazione del *talent* esistente, ma anche, a differenza di altri comparti industriali, sulla possibilità di valorizzare il marchio di fabbrica e di prodotto: ciò impedisce la visibilità delle imprese in patria e tanto più all'estero.
La criticità del settore della produzione mostra, in Italia, il ritardo nelle riflessioni di politiche economiche relative ai settori che producono beni immateriali. In Gran Bretagna l'introduzione di quote di produzione indipendente per tutte le emittenti, nel 1990, ha consolidato il mercato e attratto *venture capital*. Quindi, il *Communications act* del 2003, imponendo, tra l'altro, che tutti i diritti non espressamente ceduti ai *broadcaster* restino al produttore, ha stimolato una forte crescita e un consolidamento del settore: il risultato è che, negli ultimi anni, molte società vengono quotate in borsa ed acquisite da *private equity*, mentre una consistente crescita dell'*export* segna una nuova forza negoziale delle imprese britanniche sui mercati esteri.
È evidente, quindi, che all'interno di una più ampia ottica di disciplina del settore radiotelevisivo non si possa eludere un intervento di politica economica che garantisca alle imprese che realizzano beni immateriali la contitolarità dei diritti di sfruttamento su questi ultimi, per stimolare gli investimenti, incentivare la nascita di nuovi soggetti e invogliare le piccole e medie imprese a crescere, anche nella direzione di vestire i panni di *content provider* e di insidiare il posizionamento degli attuali *broadcaster*.
Accanto a quello dei contenuti, e da questo anch'esso fortemente dipendente, c'è però un altro comparto di grande rilevanza nel nostro paese, il cui stato di endemica criticità necessiterebbe un intervento legislativo urgente e deciso: mi riferisco al settore dell'emittenza locale. Si tratta di un settore che apparentemente impatta in modo marginale non solo su tutta l'economia del paese, ma anche all'interno dello stesso mercato televisivo, sia dal punto di vista degli ascolti che dal punto di vista del fatturato complessivo.
Eppure l'emittenza locale controlla un terzo delle frequenze televisive del nostro paese e si

caratterizza per una interessante *power ratio*, per una valenza occupazionale importante, anche se poco visibile, e soprattutto per la forte incisività sul territorio in termini socio-culturali, ancorché politici.
Il vero modello di *business* dell'emittenza locale, però, non è, nella maggioranza dei casi, la distribuzionedi programmi audiovisivi, quanto invece il controllo delle frequenze come investimento economico dagli elevati rendimenti, nonché il controllo di una rete di rapporti locali di cui la tv è veicolo e megafono mediatico. I programmi informativi, che hanno un ampio seguito non solo in provincia, divengono infatti strumento di potere e di contrattazione e concertazione territoriale.
In questo quadro, i palinsesti i quali, in teoria, dovrebbero essere il vero fattore di produzione dell'emittenza locale, sono in grande maggioranza scatole vuote e trasparenti, veicoli di infinite televendite e altri programmi commerciali. Il risultato è che 600 imprese altamente specializzate, che danno occupazione ad una consistente forza lavoro sull'intero territorio nazionale, e il cui potenziale è quindi, in termini comunicativi, enorme, sono per lo più veicolo di prodotti di scarsa qualità e, tranne pochi esempi virtuosi che confermano la regola, assolutamente non competitivi ed innovativi, con conseguente danno del consumatore utente e del sistema paese nel suo complesso. E se qualche forma di intervento del legislatore c'è stata, essa però ha toccato principalmente gli apparati tecnologici per la distribuzione, nella direzione di una semplificazione ed un abbassamento dei costi del processo distributivo, ma non il prodotto televisivo in sé, cioè i palinsesti. Anche l'avvento della stessa innovazione tecnologica e l'acclamato passaggio alle trasmissioni digitali negli ultimi anni non hanno suggerito un ripensamento del ruolo dell'emittenza locale, né dei modelli di *business*. In definitiva, l'unica azione di Governo forte, dalla nascita del settore locale ad oggi, si è avuta, paradossalmente, con la legge Mammì del 1990. Essa, imponendo l'obbligo per tutti gli editori di trasmettere un telegiornale, ha dato una forte impronta al settore, a dimostrazione di quanto il regolatore possa incidere sui processi economici.
Una politica economica efficace dovrebbe ripartire, oggi, dal cuore delle attività delle emittenti locali, cioè dalla veicolazione di prodotti audiovisivi ad un pubblico di riferimento. Si rende, quindi, urgente, anche nell'ambito di un intervento legislativo transitorio, un'azione che faccia da stimolo ed innesti un circolo virtuoso: questo dovrebbe, secondo noi, coniugare - ma non entreremo nel dettaglio, per non rubare altro tempo alla vostra attenzione - una razionalizzazione delle frequenze e della tipologia di autorizzazione a cui le emittenti hanno accesso, con un ripensamento del ruolo del settore locale come *content provider*.
In conclusione, noi riteniamo che un seppur transitorio intervento non possa prescindere da quella che, probabilmente, assieme alle risorse pubblicitarie ma anche a queste direttamente collegate, in una evidente dinamica economica, è la principale barriera di entrata al settore televisivo, cioè la disponibilità di contenuti, tanto più in un'ottica di innovazione tecnologica della quale il legislatore non può non tener conto, dal momento che tutti i parametri e i modelli di *business* tradizionali stanno radicalmente modificandosi da un anno all'altro. Nel processo di convergenza, laddove le risorse frequenziali possano essere sostituite da altre piattaforme e la pubblicità è in parte integrata da forme di pagamento diretto, è invece la disponibilità di contenuti a restare il punto di riferimento costante, a monte del processo di fidelizzazione e quindi del rapporto, seppur sempre più complesso, tra la nascita di nuove figure di intermediazione - *Google* e *MySpace* e all'opposto la scomparsa dell'intermediazione, con lo sviluppo degli *user generated content*, tra operatore e utente.
Ringraziando per la disponibilità e il tempo concessi, rimaniamo, dunque, a disposizione, per qualunque ulteriore approfondimento inerente alle problematiche sopra esposte.

ERMANNO ANSELMI, *Segretario generale del Sinagi - Sindacato nazionale giornalai*. Signor presidente, onorevoli commissari, ringraziandovi per questo invito, presentiamo alle Commissioni qui riunite un piccolo contributo in forma unitaria. I sindacati che rappresentano la categoria degli edicolanti sono sei: Sinagi-CGIL, CISL, UIL, Snag Confcommercio, Fenagi, Usiagi-UGL.
Leggerò, dunque, queste brevi note, per poi mettermi a disposizione dei signori commissari. Visti i

disegni di legge del Governo che sono in fase di preparazione, non possiamo negare di trovarci di fronte al tentativo di riordinare complessivamente il settore della comunicazione. A nostro avviso, però, questo stesso tentativo, basato su provvedimenti diversi (editoria, televisione, riassetto Rai), in assenza di una vera legge *antitrust*, sottende un pericolo, quello di consegnare al paese una riforma imperfetta. In altri termini, tenuto conto dello sviluppo di nuove tecnologie e dell'abitudine delle nuove generazioni a sistemi di comunicazione diversi da quelli tradizionali, si corre il rischio che tale operazione finisca per trasferire a noi problemi di abuso di posizione dominante riferita ad altri canali di informazione.

Fatta questa premessa, troviamo che il disegno di legge Gentiloni rappresenti un tentativo di intervento equilibrato, e dia conto dell'importanza dei ruoli svolti dalla tv analogica, pubblica e privata, conformemente alla normativa europea ed alle indicazioni di Bruxelles, espresse a seguito dell'emanazione dell'attuale legge Gasparri. Entrando nel merito del disegno di legge Gentiloni, se da una parte compare la proposta di introdurre il limite del 45 per cento del totale dei ricavi pubblicitari del settore televisivo (riferito alla trasmissione via etere terrestre in tecnologia analogica), dall'altra parte, trattandosi esclusivamente di emittenza televisiva analogica, il provvedimento non contempla la redistribuzione delle risorse attraverso limiti di canali, compresi editoria stampata e *web*. A nostro avviso, si dovrebbe, dunque, provvedere ad inserire nuovi limiti di concentrazione, riferiti alla partecipazione incrociata delle proprietà dei *media*, avendo presente il quadro legislativo europeo (in particolar modo Germania, Francia e Inghilterra) e assicurando l'adeguamento all'ordinamento comunitario su cui grava l'attuale impegno del Governo italiano. In questo quadro, si colloca una strategia delle risorse finalizzata al pluralismo. Si tratta di prevedere interventi relativi allo *start-up* delle imprese di comunicazione e di informazione, impegnate nello sviluppo di nuovi canali, nell'ambito degli impegni di cui all'articolo 4 del disegno di legge n. 1825. Va accolto, pertanto, l'articolo 1 del disegno di legge Gentiloni, che testualmente stabilisce: «Nella fase della transizione dalla tecnologia analogica alla tecnologia digitale, e comunque fino alla definitiva conversione delle reti, fissata al 30 novembre del 2012, al fine di evitare la costituzione di posizioni dominanti nel nuovo contesto tecnologico e di consolidare la tutela del pluralismo e della concorrenza, la disciplina del sistema televisivo via etere e terrestre è ispirata a principi di più equa distribuzione delle risorse economiche, tendenziale e progressiva separazione tra operatori di rete e fornitori di contenuti, previsione di limiti di capacità trasmissiva, utilizzata dai fornitori di contenuti. Essa promuove altresì una transizione ordinata, intesa ad ottimizzare l'uso dello spettro frequenziale delle relative risorse, e a tal fine incoraggia il coordinamento e la messa in comune delle risorse frequenziali, attraverso forme consortili tra imprese o iniziative analoghe».

Ciò posto, non può che essere ricercata altrettanta chiarezza nell'intero universo comunicativo. Di qui, il dovuto raccordo per gli interventi sullo *start-up* ed il ruolo delle convergenti regolazioni delle Autorità garanti, mantenendo fermo l'obiettivo di garantire sia la piena occupazione attuale del settore sia, soprattutto, le future implementazioni derivanti dallo sviluppo dei nuovi canali affidati al rinnovamento delle tecnologie. Infatti, l'attuale Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha compiti di regolamentazione e vigilanza, mentre l'*Antitrust* vigila sulle violazioni del mercato che spesso - almeno nell'editoria -, in assenza di norme specifiche, possono non essere tali ma elementi di garanzia di pluralismo. Oggi, le Autorità preposte ad intervenire nel campo delle comunicazioni sono due: l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Il bilancio che si può trarre dall'istituzione di questi due organismi di garanzia è il seguente: gli interventi della prima Autorità nello specifico, sulla concorrenza nel mercato editoriale) risultano senza dubbio più corposi di quelli effettuati dalla seconda , succeduta, dal 1997, al precedente ufficio del Garante per la radiodiffusione e l'editoria.

Nonostante l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni si definisca come Autorità «convergente», restringe, di fatto, tale prerogativa alle interazioni possibili tra televisione, *web* e telefonia, intervenendo in misura estremamente ridotta: in sostanza, sono venute a mancare gran

parte delle funzioni di garanzia sul settore editoriale, con le abrogazioni contenute nella legge n. 249. La sproporzione fra telecomunicazioni e carta stampata è evidente, tant'è che persino sul sito dell'Autorità suddetta si nota come la disciplina di riferimento sull'editoria sia costituita dalle leggi n. 416 e n. 108, senza alcun *link* di rimando alla legge n. 62 e al decreto legislativo n. 170. Di qui, l'opportunità di prevedere adeguati accorgimenti nelle funzioni di garanzia, restituendo all'attuale Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le prerogative soppresse sul settore editoriale. Vanno contemplati, inoltre, i momenti istituzionali di raccordo fra le due Autorità, sugli aspetti specifici delle comunicazioni loro inerenti, con la previsione di relazioni annuali congiunte e la definizione degli obblighi di pareri reciproci.

PRESIDENTE. Ringrazio il segretario generale di Sinagi per la sua esposizione, ricordando ai colleghi che quanto testé ascoltato è il contenuto di un documento unitario, presentato congiuntamente dalla totalità degli organismi sindacali di categoria i (Sinagi-CGIL, CISL, UIL, Snag, Fenagi e Usiagi-UGL).
Do, quindi, la parola ai colleghi che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

EMILIA GRAZIA DE BIASI. Ho apprezzato moltissimo la relazione della coordinatrice dell'Istituto di economia dei *media* della Fondazione Rosselli, che si è sforzata di dare una lettura non consueta della tematica in esame.
Vorrei, comunque, formulare un'osservazione che in realtà è un po' una domanda, circa la disponibilità dei contenuti: il tema in generale dei contenuti è, a mio avviso, centrale. Con il disegno di legge Gentiloni non andiamo verso una riforma del settore, ma verso il governo della transizione di un settore. Il tema principale mi pare sia quello della liberalizzazione: liberalizzare finalmente un mercato che è stato fin troppo protetto nel nostro paese. È chiaro che la liberalizzazione avviene sul piano strutturale delle frequenze, ma dovrebbe avvenire anche sul piano dei contenuti.
Le domando, inoltre, un suo parere sulla possibilità di far agire la territorialità come elemento veicolante - come una sorta di distretto industriale dei contenuti -, in modo tale che la possibilità di produrre contenuti venga in primo piano rispetto alla possibilità di usufruire dei contenuti stessi. Se liberalizziamo l'apertura di un mercato, ciò riguarderà anche l'industria culturale, e questa, sul piano dei *media*, non può che caratterizzarsi, se vogliamo rompere lo schema, sull'utilizzo delle risorse territoriali, che sono peraltro moltissime: ciò porterebbe anche ad una inevitabile e auspicabile riforma dell'impianto della televisione pubblica o del servizio pubblico, il quale oggi vive in un sistema a carattere duopolistico, ma anche molto centralizzato, che non valorizza il territorio. In un paese come l'Italia, l'idea di riuscire ad avere un protagonismo culturale, sul piano dei contenuti, potrebbe essere un elemento interessante: non so, onestamente, quanto ciò competa a questo disegno di legge e non, piuttosto, ad un ragionamento altrettanto serio che sta a cavallo fra l'industria, la cultura e il sistema delle comunicazioni.
Così come esiste una convergenza multimediale, penso debba esistere una sorta di convergenza sul piano della produzione, e non solo della distribuzione dei contenuti.

PRESIDENTE. Prima di dare la parola ai nostri ospiti per la replica, vorrei rivolgere anch'io una richiesta.
Ho sfogliato il rapporto sull'industria della produzione televisiva italiana prodotto dall'IEM, menzionato dalla professoressa Barca, e sono rimasto particolarmente colpito dall'analisi sui limiti strutturali che hanno le imprese sulla produzione dei contenuti: lei ha già detto qualcosa al riguardo, ma vorrei che, nella replica, fornisse delle indicazioni, suggerendo a noi - nella nostra veste di legislatori -, alcune possibili misure per consolidare questa industria decisiva della produzione culturale e televisiva nel nostro paese.
Come ha ribadito poc'anzi la collega De Biasi, la grande prospettiva della separazione delle gestioni fra le reti e i produttori dei contenuti è intrinsecamente connessa al fatto che i produttori di

contenuti siano industrie solide, vere e capaci di accrescere la loro presenza nel mercato e di diversificarla. C'è una presenza rilevante dell'industria nel settore dell'intrattenimento e della *fiction*, mentre ci sono settori su cui l'Italia, solo nel passato più lontano, vantava una grande presenza: penso ai documentari che, una volta, segnavano in modo molto forte la specificità dell'azienda pubblica. Credo che questi siano dati particolarmente significativi. Se, dunque, la dottoressa Barca potesse approfondire tali aspetti, contribuirebbe assai utilmente ai nostri lavori.
Do, quindi, la parola ai nostri ospiti per la replica.

FLAVIA BARCA, *Coordinatrice dell'Istituto di economia dei media (IEM) della Fondazione Rosselli*. Mi preme, innanzitutto, rilevare che il tema della territorialità è un tema chiave. Apprezzo molto il suo intervento perché ha toccato un nodo centrale: noi abbiamo analizzato e cercato a lungo di capire, come istituto, cosa sia accaduto nel nostro paese negli ultimi 40 anni: non si possono capire i processi se non si ragiona anche a ritroso, soprattutto analizzando il periodo a cavallo tra gli anni settanta ed ottanta, che rappresenta il momento chiave nell'affermazione del sistema televisivo misto, in cui è nata la televisione commerciale.
È successa una cosa molto interessante: si è registrato, con la nascita di tv sul territorio, un definitivo divorzio fra il territorio e la sua capacità di esprimere cultura. Probabilmente, in quell'occasione si è riscontrata una cecità di base nell'affrontare il problema della liberalizzazione. Negli anni settanta c'è stata l'incapacità di capire l'importanza di legare questa grossa forza televisiva sul territorio ad una pubblica amministrazione che stava nascendo, molto importante, e ad un discorso di servizio pubblico. Questo ha provocato quella scissione, quello iato fortissimo fra l'emittenza locale, ad esempio, e tutte le istanze culturali sul territorio che, in qualche modo, non hanno più trovato una vera e propria espressione. Bisognava, forse, essere più lungimiranti nel legare il discorso delle forze regionali alle grosse istanze presenti in quel momento sul territorio, in termini di espressione culturale: se ci fossimo riusciti, probabilmente la storia del nostro sistema radiotelevisivo sarebbe stata profondamente diversa.
Cosa possiamo fare oggi? Sicuramente su questo, oggi, a livello di pubblica amministrazione sul territorio c'è un grandissimo fermento:. si tratta di capire come poterlo esprimere. Tra l'altro, in questo momento la legislazione non permette alla pubblica amministrazione di fare televisione. Sulla correttezza di questa norma ci sono molte idee discordanti;, potrebbe essere molto importante ripensare all'emittenza locale come una voce sul territorio. Quindi, eventualmente, nell'ipotesi in cui si elimini la norma che impedisce alla pubblica amministrazione di fare informazione audiovisiva, bisognerà farlo in un ambito di concertazione e dando uno stimolo all'emittenza locale: se lasciassimo tutto nelle mani della pubblica amministrazione - che peraltro, in questo momento, spinge per il cambio della normativa rispetto al Titolo V in termini di espressione del territorio - rischieremmo di perdere per sempre l'emittenza locale. La grande difficoltà e la grande bravura stanno nel riuscire a coniugare questi due processi. È stato chiesto quanto questo abbia a che fare con il disegno di legge in esame: rispondiamo che, ovviamente, non c'è un legame necessario.
La nostra idea, però, prevede che comunque il provvedimento non possa che svilupparsi in un sistema concertato di politiche economiche generali di paese: è giusto, quindi, affidare tutto all'operato delle politiche industriali, dei Ministeri, e magari anche ad altre sedi, ma sicuramente non può mancare e non può essere fatto in tempi diversi. È questo il momento in cui bisogna ragionare in questi termini.
Per quanto riguarda i contenuti, sicuramente un elemento assolutamente chiave, come abbiamo scritto più volte nel nostro studio, riguarda i diritti. Per spiegare meglio questa parte, chiederei però al dottor Marzulli di intervenire.

ANDREA MARZULLI, *Responsabile area studi strategici e di mercato della Fondazione Rosselli.* Signor presidente, lei chiedeva addirittura suggerimenti legislativi in merito alla produzione. Attualmente, l'*Authority* sta conducendo un'indagine conoscitiva sulle quote di attribuzione dei diritti residuali ai produttori; ciò sicuramente rappresenta un nodo centrale nei rapporti fra

produttori e *broadcasters*, giacché questi ultimi generalmente riescono a trattenere la quasi totalità dei diritti di sfruttamento sulle opere prodotte dai produttori audiovisivi, privando sostanzialmente i primi di un portafoglio di diritti a disposizione, capace di generare nuovi investimenti, fortificare finanziariamente e patrimonialmente le società di produzione, creare un volano per investire maggiormente nel prodotto e crescere negozialmente, in virtù del finanziamento.
Sicuramente, fra i suggerimenti legislativi, anche in merito alla legge n. 112 - e successivamente anche in merito al testo unico -, c'è la necessità di una chiara distinzione fra produttore di contenuto e fornitore di contenuto, una distinzione che sappia valorizzare il produttore in quanto volano dell'intera filiera nel momento iniziale. Inoltre, credo sia necessario un maggiore impegno nella promozione della produzione audiovisiva, da parte dei *broadcasters* nazionali e delle *pay*-tv, qualunque sia la piattaforma trasmissiva.
Posso anticipare, forse, una domanda, ovvero come sia possibile coniugare tutto questo con il fatto che il provvedimento in esame abbia, come orizzonte, l'esigenza di coprire la fase transitoria. Vi porterò solo un esempio al riguardo: in Spagna, proprio durante la fase transitoria, è nato un nuovo *broadcaster* nazionale, controllato al 60 per cento da un consorzio di produttori audiovisivi. In quel caso, il passaggio dalla fase analogica alla fase digitale è stato l'occasione per un'integrazione a valle di alcune società di produzione, quindi per un allargamento in senso pluralista del mercato, nonché per uno sviluppo del settore della produzione in quanto momento iniziale di tutta la filiera audiovisiva.

SILVANO MOFFA. Presidente, vorrei svolgere anch'io alcune considerazioni. Ho particolarmente apprezzato l'analisi dell'Istituto di economia dei *media* della Fondazione Rosselli, soprattutto in riferimento alla necessità di una visione strategica, che dovrebbe essere fondamento del percorso innovativo, tenendo particolarmente conto delle criticità che sono state sottolineate in merito alla produzione.
Mi ha colpito, in particolare, un riferimento *en passant*, non approfondito - forse volutamente - al problema della pubblicità. Quando lei parla di una visione sistemica e della necessità di un'analisi economica - poiché tutto si deve reggere nel mercato, altrimenti rischiamo di creare soltanto situazioni anomale -, dice che probabilmente il tema della pubblicità avrebbe dovuto essere accompagnato da uno studio approfondito, innanzitutto allo scopo di stabilire criteri scientifici e obiettivi per determinare eventuali tetti e per comprendere esattamente il fondamento della *ratio* regolatrice. Su questo elemento, vorrei chiedere all'istituto se sia disponibile uno studio approfondito, non solo sotto il profilo giuridico, ma soprattutto sotto il profilo economico. Nel corso di queste audizioni, stanno emergendo diversi punti di vista, proprio in merito all'entità del tetto ed anche all'idea stessa di introdurre un tetto pubblicitario.
Lei sa che in altri paesi questo problema è stato risolto radicalmente. Dato che parliamo di liberalizzazione, di pluralismo, di tutte le cose sensate che si ripetono quando affrontiamo il tema complesso della comunicazione, vorrei sapere se il suo istituto sia in grado di fornirci un contributo positivo in questi termini, che ci consenta di fare una valutazione più appropriata, proprio nel senso da lei esposto, e che ci metta in condizione di capire se, nel disegno di legge Gentiloni, quella *ratio* effettivamente poggi su un sistema ragionevole per una regolamentazione corretta.

PRESIDENTE. I rappresentanti dei sindacati dei giornalisti ci hanno posto, essenzialmente, un problema relativo all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e alle sue funzioni, che però, non, so se saremo in grado di affrontare nell'ambito dell'esame del disegno di legge Gentiloni. Comunque, terremo a memoria la questione, perché è assolutamente fondata l'osservazione a proposito dello squilibrio e della riduzione dei campi di intervento che di fatto c'è stata da parte dell'Autorità di garanzia, in rapporto all'equilibrio fra televisione e carta stampata, a svantaggio di quest'ultima.
Non essendovi altri interventi, do la parola alla dottoressa Barca per la replica.

FLAVIA BARCA, *Coordinatrice dell'Istituto di economia dei media (IEM) della Fondazione Rosselli*. Esiste evidentemente un grande problema, che la legge segnala e cerca di affrontare: la nostra battuta *en passant* era semplicemente legata al fatto che si tratta di interventi sufficientemente seri ed importanti da non poter essere strumentalizzati, come invece è successo politicamente negli ultimi mesi.
Di solito negli altri paesi, per esempio in quelli anglosassoni, tali questioni si risolvono in qualche mese, magari con uno studio condotto da una società seria, equilibrata e trasparente, insomma, attraverso una voce condivisa. Certamente, queste tematiche non possono prescindere dalla politica, soprattutto nel nostro paese, dove c'è un forte intreccio tra politica e comunicazione, ma dovrebbero essere ragionate su base scientifica: se ci concedete qualche «mese» di tempo - mi sia consentita la battuta - , potremmo farlo anche noi.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti di Ordine dei giornalisti, Fondazione Rosselli, Associazioni di distributori di giornali e di edicolanti per la disponibilità manifestata.
Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 11.