



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 52

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

INDAGINE CONOSCITIVA SUI MODELLI DI *GOVERNANCE* E SUL RUOLO DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO, ANCHE CON RIFERIMENTO AL QUADRO EUROPEO E AGLI SCENARI DEL MERCATO AUDIOVISIVO: AUDIZIONE DEL PRESIDENTE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

73^a seduta: martedì 5 ottobre 2021

Presidenza del presidente BARACHINI

I N D I C E

Audizione del Presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom)

PRESIDENTE:		<i>LASORELLA, Presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) .Pag. 4, 16</i>
– BARACHINI (<i>FI-BP</i>), senatore	Pag. 3, 18	
FEDELI (<i>PD</i>), senatrice	12	
GARNERO SANTANCHÈ (<i>FdI</i>), senatrice .	14	
ANZALDI (<i>IV</i>), deputato	15	
DI NICOLA (<i>M5S</i>), senatore	16	

Segle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Forza Italia Berlusconi Presidente-UDC: FIBP-UDC; Fratelli d’Italia: FdI; Italia Viva-P.S.I.: IV-PSI; Lega-Salvini Premier-Partito Sardo d’Azione: L-SP-PSd’Az; Movimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP-PATT, UV): Aut (SVP-PATT, UV); Misto: Misto; Misto-IDEA e CAMBIAMO: Misto-IeC; Misto-Italexit-Partito Valore Umano: Misto-I-PVU; Misto-Italia dei Valori: Misto-IdV; Misto-l’Alternativa c’è-Lista del Popolo per la Costituzione: Misto-l’A.c’è-LPC; Misto-Liberi e Uguali-Ecosolidali: Misto-LeU-Eco; Misto-Movimento associativo italiani all’estero: Misto-MAIE; Misto-+Europa – Azione: Misto-+Eu-Az; Misto-Potere al Popolo: Misto-PaP.

Segle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Movimento 5 Stelle: M5S; Lega – Salvini Premier: Lega; Partito Democratico: PD; Forza Italia – Berlusconi Presidente: FI; Fratelli d’Italia: FDI; Italia Viva: IV; Coraggio Italia: CI; Liberi e Uguali: LEU; Misto-MAIE-PSI-FacciamoEco: M-MAIE-PSI-FE; Misto-Noi Con l’Italia-USEI-Rinascimento ADC: M-NCI-USEI-R-AC; Misto: Misto; Misto-l’Alternativa C’è: Misto-L’A.C’È; Misto-Centro Democratico: Misto-CD; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto.Min.Ling.; Misto-Azione-+Europa-Radicali Italiani: Misto-A-+E-RI.

Interviene il dottor Giacomo Lasorella, Presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), accompagnato dal dottor Giorgio Giovannetti, Capo di Gabinetto.

I lavori hanno inizio alle ore 20,15.

(Si approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE. Comunico che ai sensi dell’articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna, per quanto concerne l’audizione all’ordine del giorno, sarà assicurata mediante l’attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso, la trasmissione in diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, in diretta, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Avverto che con riferimento all’audizione odierna verrà redatto e pubblicato il Resoconto stenografico.

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

PROCEDURE INFORMATIVE

Indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo: audizione del Presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom)

PRESIDENTE. L’ordine del giorno reca il seguito dell’indagine conoscitiva sui modelli di *governance* e sul ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo, anche con riferimento al quadro europeo e agli scenari del mercato audiovisivo, sospesa nella seduta del 14 settembre scorso.

È oggi prevista l’audizione del presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), dottor Giacomo Lasorella, accompagnato dal dottor Giorgio Giovannetti, capo di Gabinetto.

Saluto e ringrazio il dottor Giacomo Lasorella per la disponibilità ad intervenire nel prosieguo dell’indagine conoscitiva in titolo, con la quale la Commissione intende approfondire il ruolo e la funzione del servizio pubblico radiotelevisivo come principale veicolo di diffusione delle produzioni audiovisive, verificando l’efficacia dell’assetto normativo italiano che disciplina il mercato audiovisivo, anche in relazione alle direttive e altre iniziative in materia dell’Unione europea.

L’audizione all’ordine del giorno potrà essere utile anche per approfondire ulteriori questioni, come la tutela del pluralismo di tutte le forze

politiche, nonché l'impatto riguardante il recepimento delle direttive europee attualmente all'esame delle competenti Commissioni parlamentari.

Ricordo che, secondo quanto stabilito dalla Giunta per il Regolamento del Senato, in considerazione della situazione di emergenza epidemiologica in corso, per l'audizione odierna è consentita la partecipazione con collegamento in videoconferenza ai lavori dei componenti della Commissione.

Cedo quindi la parola al dottor Lasorella per la sua esposizione introduttiva, alla quale seguiranno i quesiti da parte dei commissari.

LASORELLA. Signor Presidente, onorevole deputati e senatori, vorrei ringraziarvi anche a nome del collegio che rappresento per aver voluto audire, nell'ambito di questa indagine conoscitiva, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Sono convinto che lo strumento dell'audizione costituisca sempre una importante occasione di confronto tra l'Autorità e la Commissione, nei rispettivi ruoli, per scambiare reciproche riflessioni su tematiche di comune interesse.

I temi oggetto di questa audizione sono rispettivamente il ruolo e il futuro del servizio pubblico radiotelevisivo e l'attuazione delle recenti direttive in materia di servizi di *media* audiovisivi e *copyright*, tema quest'ultimo che peraltro sarà oggetto anche di una specifica audizione presso le competenti Commissioni di Camera e Senato (su questo tema, se mi permettete, sarò un po' più breve, ma ovviamente sono disponibile a rispondere alle vostre domande).

Quanto al tema del servizio pubblico, esso è per molti aspetti collegato al ruolo di garanzia affidato all'Autorità che mi onoro di presiedere, a cui la legge ha attribuito una funzione di vigilanza sul corretto assolvimento della missione di servizio pubblico da parte della concessionaria pubblica, funzione che nelle rispettive competenze condividiamo con la Commissione.

Il mio intervento intende offrire a questa Commissione, anche sulla base dell'esperienza dell'Autorità, alcune considerazioni di carattere generale, nella consapevolezza tuttavia che la determinazione dell'assetto del servizio pubblico e anche della sua *governance* attengono a equilibri largamente costituzionali, nell'ambito dei quali l'individuazione dei fini e dei mezzi appartiene essenzialmente al legislatore.

Il funzionamento dei *media* di servizio pubblico è definito da tre profili, come ben sapete: la missione, la *governance* e il sistema di finanziamento. Un esercizio utile alla riflessione sulla gestione e sul governo del servizio pubblico può pertanto prendere le mosse dai principi in cui il servizio pubblico trova fondamento, cui dovrebbe ispirarsi specie nella cosiddetta società dell'informazione, connotata in questa fase da un paradigma tecnologico e da un assetto del mercato in grande trasformazione, per molti aspetti privi di una compiuta cornice giuridica di riferimento.

I cambiamenti avvenuti negli ultimi anni nell'ecosistema dei *media*, che sono ben noti e tuttora in corso, sono sotto gli occhi di tutti. L'affermazione di Internet come canale distributivo dei contenuti audiovisivi

comporta un rovesciamento di tutti i paradigmi conosciuti, con conseguenze che vanno dalla possibilità di fruire di nuovi cataloghi *on demand*, così come di eventi sportivi di grande rilievo, attraverso la Rete, accendendo peraltro dal salotto di casa grazie alle televisioni connesse.

Non solo. Nella società dell'informazione la platea è divenuta più liquida e sfuggente, e lo vediamo con i nostri figli: soprattutto i giovani tendono a non guardare più la televisione generalista ed usano Internet per realizzare frammenti di televisione e fruirne. I ceti medi si abbonano alla televisione a pagamento e si diffondono i video *on demand*; la radio continua ad essere il *medium* più penetrante di sempre, ma inizia ad abbandonare l'etere per il *web* e su tutto domina evidentemente l'interattività.

In questo scenario, caratterizzato da offerte sempre più ricche e da una sovrabbondanza di contenuti, è lecito domandarsi – anche se non sfugge a nessuno che si tratta evidentemente di una domanda antica per la quale sono difficili le risposte univoche – quale debba essere il senso e il ruolo del servizio pubblico, che l'ultima convenzione stipulata tra lo Stato e la Rai definisce non a caso radiofonico, televisivo e multimediale.

Sono ben note le ragioni alla base della nascita dei servizi pubblici radiotelevisivi in Europa nei gloriosi anni della ricostruzione: diffondere e tutelare principi fondamentali quali il pluralismo, la diversità culturale, la libertà di espressione e di opinione, intesa nei suoi risvolti attivi e passivi, vale a dire come libertà di informazione e di essere informati. Principi, questi, tutelati dall'articolo 21 della nostra Carta costituzionale e riaffermati a più riprese dalla Corte costituzionale in una giurisprudenza più che consolidata.

Ebbene, mi sembra che si possa dire sinteticamente che il servizio pubblico degli anni a venire avrà ragione di essere qualora sarà capace di declinare questi valori costituzionali nell'orizzonte integrato della convergenza *post* televisiva adattando al nuovo contesto gli obiettivi tradizionali e individuandone di nuovi.

Il primo di tali obiettivi è certamente quello di consentire a tutti i cittadini, quale che sia il reddito e la cultura, l'accesso a una quantità minima garantita di comunicazione affidabile, di qualità e pluralistica, in grado di rappresentare tutte le culture, in modo tale da aiutare a mettere in condizione ciascuno di esercitare i propri diritti e i propri doveri di cittadino, promuovendo una cultura della legalità, dell'inclusione, della parità di genere e del rispetto del bene pubblico.

Non meno importante – lo dico laicamente – è l'obiettivo di garantire la salvaguardia, quanto più possibile in un contesto caratterizzato da una pluralità di modelli culturali e da una evidente globalizzazione, della cultura e dell'identità nazionale. Ciò significa evidentemente tutelare e diffondere la cultura alta di ciascun Paese, ma anche le culture popolari, dalle canzoni al cinema, dal teatro allo sport.

La Rai negli anni Cinquanta e Sessanta del secolo scorso ha unificato il Paese; oggi si tratta in qualche modo – e questa può essere anche

una funzione della RAI – di tenerlo insieme; non solo di rinnovare quella vocazione unitaria, anche attingendo al grande patrimonio culturale del passato, ma di ridefinirla nell’incrocio tra il globale e il locale, nel quadro dell’Europa e nello scenario della liquidità di cui fanno parte anche i flussi dell’emigrazione.

Peraltro, è fondamentale che in questo contesto la RAI continui a supportare la crescita dell’industria audiovisiva sia sotto il profilo qualitativo sia sotto quello quantitativo, seppur tenendo conto dell’effettiva evoluzione del relativo mercato e anche nella prospettiva di una sua maggiore proiezione internazionale.

Il terzo obiettivo è quello di accompagnare la popolazione, anche quella meno predisposta e attrezzata, verso la rivoluzione digitale attraverso un’opera, se possibile, di sensibilizzazione e di formazione (la cosiddetta alfabetizzazione digitale, che la direttiva assegna peraltro al Ministero e all’Agcom, ma di cui evidentemente la concessionaria del servizio pubblico dovrà farsi carico in prima persona). Ciò senza tralasciare la possibilità di essere presente in modo efficace e moderno su tutti i *device* e su tutte le piattaforme, in modo tale da intercettare anche la domanda del pubblico più giovane.

Un tema fondamentale è l’invecchiamento della platea televisiva che colpisce particolarmente proprio i *broadcaster* di servizio pubblico, che riscontrano sempre maggiore difficoltà ad affermarsi come punto di riferimento in un’ampia platea di spettatori. Non si tratta certamente di un fenomeno solo italiano: nel rapporto svolto da Ofcom, l’autorità gemella inglese, nella verifica degli adempimenti della *mission* della BBC viene evidenziata la stessa criticità. Inoltre, come evidenziato sempre da Ofcom, nel caso del servizio pubblico la riduzione dell’*audience* mette anche a rischio lo svolgimento completo della missione attribuita, ossia gli scopi pubblici. Ciò senza considerare peraltro che la perdita di attenzione per l’offerta di servizio pubblico potrebbe comportare una riduzione del valore attribuito in relazione all’esborso sostenuto per il canone. Tra l’altro, vi è anche una perdita di competitività – questo riguarda soprattutto la RAI – sotto il profilo della pubblicità.

Le considerazioni appena fatte valgono ancor di più in relazione al passaggio nel 2023 alla cosiddetta televisione connessa, nella quale – è già in parte così anche adesso – al fianco dei canali tradizionali figureranno direttamente anche le *app*. Incidentalmente, a tale proposito, nel parere che abbiamo reso al Governo sull’attuazione della direttiva Smav, abbiamo sottolineato l’esigenza di prevedere espressamente l’accessibilità ai servizi dei *media* audiovisivi nei vari apparati di riproduzione multimediale, secondo le indicazioni della direttiva.

Questi contenuti sono evidentemente già declinati in larga parte nel contratto di servizio ed evidentemente devono essere sempre più declinati nella pratica del servizio pubblico. Certamente, constatare che ovunque e almeno in Europa il servizio pubblico radiotelevisivo continui ad esistere sembra essere un dato estremamente confortante e sembra dare anche utili

indicazioni in questo senso, sebbene certamente tutti i *broadcaster* pubblici siano chiamati ad affrontare le medesime sfide.

È appena il caso di ricordare che il servizio pubblico trova legittimazione nei più importanti documenti dell'Unione europea, a cominciare dal Protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica degli Stati membri, annesso al Trattato di Amsterdam del 1997, ma anche dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea proprio in considerazione del ruolo che assume per la cultura democratica dei Paesi dell'Unione. Negli anni, le istituzioni europee hanno anche richiamato l'attenzione degli Stati sugli interventi da compiere per adattare la missione dei *media* del servizio pubblico all'ambiente digitale, valutando, con la raccomandazione sul mandato dei *media* di servizio pubblico nella società dell'informazione adottata nel 2007 dal Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa, che gli effetti del nuovo assetto digitale avrebbero avuto una portata tale da comportare l'attribuzione di ulteriore rilievo alla missione del servizio pubblico.

Nel 2010, il Parlamento europeo ha ribadito l'importanza e l'unicità dell'assetto audiovisivo europeo, caratterizzato dall'equilibrio tra emittenti di servizio pubblico ed emittenti commerciali e per questo definito sistema duale. La «risoluzione sul servizio pubblico di radiodiffusione nell'era digitale: il futuro del sistema duale» ha inteso richiamare i Paesi dell'Unione all'esigenza di sostenere e rafforzare il servizio pubblico radiotelevisivo, garantendone la presenza su tutte le piattaforme. Ha altresì insistito sulle caratteristiche del nuovo mercato mediale globalizzato, sui rischi derivanti dalla concentrazione di potere in capo a pochi soggetti (i giganti globali che oggi dominano il sistema mediale) e sugli effetti della frammentazione dell'*audience*.

La citata raccomandazione del 2010 ha ribadito la necessità di contestualizzare l'attività del servizio pubblico in una architettura normativa, economica e gestionale chiara e funzionale all'assolvimento del nuovo mandato. Alcuni Paesi, tra cui l'Italia, hanno risposto dando luogo a interventi di riforma.

Il tema della *governance* del servizio pubblico è ovviamente di importanza strategica e vitale per il suo corretto funzionamento. La questione delle regole della società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e l'importanza che esse rivestono non solo negli equilibri aziendali, ma anche nella tenuta democratica dell'intero Paese, è dibattuta da molto tempo, almeno da quando la riforma del 1975 ha posto il Parlamento al centro del sistema di *governance*, con la creazione di questa Commissione e l'attribuzione a quest'ultima di fondamentali compiti di vigilanza. Questo dibattito ha tratto ulteriore alimento, almeno a partire dal 1978, allorché si è rotto il monopolio RAI.

Non penso competa all'Autorità soffermarsi sul merito delle varie opzioni possibili, che sono a tutti note. Mi limito quindi a fare alcune osservazioni di contesto. Il legame tra il servizio pubblico e le istituzioni è necessario quanto indissolubile e costituisce uno snodo importante della vita democratica del Paese. Non si tratta, del resto, di una prerogativa del si-

stema italiano, bensì di una logica conseguenza dell'esistenza di un operatore a cui lo Stato affida in concessione lo svolgimento del servizio pubblico radiotelevisivo, come dimostrano le principali esperienze delle democrazie mature europee, dove i meccanismi di *governance* fanno perno sulle istituzioni sia in termini di criteri di nomina, sia in termini di poteri di vigilanza.

Tuttavia, è necessario salvaguardare quanto più possibile l'indipendenza del soggetto chiamato a svolgere questo importantissimo compito. Ciò si ottiene evidentemente attraverso un sistema di *checks and balances* che consentono di bilanciare in maniera equilibrata e di ricomporre i diversi interessi e le diverse sensibilità, garantendo di riflettere in modo adeguato le culture e i valori dell'intero corpo sociale del Paese e di distribuire i compiti di sorveglianza tra Governo e Parlamento e anche autorità indipendenti.

Per quanto riguarda il ruolo dell'Autorità indipendente, mi permetto di dire che, a differenza di altri Paesi, personalmente – ma credo di parlare a nome dell'intero consiglio di Agcom – non auspico un coinvolgimento dell'Autorità nella *governance* della RAI, proprio per salvaguardare e garantire il ruolo di vigilanza che invece le è attribuito dall'ordinamento.

Diversi disegni di legge di riforma del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, specificamente rivolti alla *governance*, sono oggi all'attenzione del Parlamento; ciascuno è portatore di modelli e sensibilità specifiche e tutti, dal punto di vista dell'Autorità, meritano considerazione.

Mi limito a ricordare, a questo riguardo, che nel 2012 il Comitato dei ministri del Consiglio dell'Unione ha adottato una dichiarazione e una raccomandazione in materia di *public service media governance*, invitando gli Stati membri a modernizzare il quadro di *governance* dei *media* di servizio pubblico e adattarlo al mondo della moderna comunicazione, in cui le relazioni con il pubblico sono basate su trasparenza, apertura e dialogo. La raccomandazione ha proposto l'applicazione delle seguenti linee direttrici: indipendenza, assunzione di responsabilità, gestione efficiente, capacità di risposta e responsabilità deontologica, trasparenza e apertura. Queste linee direttive, per quanto siano generiche per qualche aspetto, conservano però evidentemente validità anche oggi.

Infine, se posso permettermi una considerazione di sistema, appare essenziale, anche attraverso il confronto tra maggioranza e opposizione, che al nuovo assetto sia data una prospettiva di durata quanto più possibile ampia, cioè il cambiamento di modello di *governance* in relazione al mutamento delle varie maggioranze politiche certamente non garantisce una continuità e una linea stabile nel consolidamento delle attività del servizio pubblico.

La missione del servizio pubblico nazionale è tracciata dall'articolo 45 del decreto legislativo n. 177 del 2005 (Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici), oggetto di riforma attraverso l'attuazione della delega sulla direttiva Smav. L'articolo 25 definisce il contratto di servizio vigente valevole per il quinquennio 2018-2022. Ai sensi dell'arti-

colo 45 del TUSMAR, l’Autorità provvede ad aggiornare i compiti del servizio pubblico prima di ciascun rinnovo contrattuale, fissandone gli ulteriori obblighi in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali nazionali e locali attraverso linee guida da approvare d’intesa con il Ministero competente; attività che evidentemente l’Autorità si appresta a fare nei prossimi mesi.

In considerazione delle dinamiche evolutive in atto, l’aggiornamento del contratto di servizio assume rilevanza strategica. In un contesto di sempre maggiore competizione, il servizio pubblico è chiamato a confrontarsi con nuovi soggetti che producono contenuti di qualità con offerte peraltro sempre più attraenti in termini di prezzo, grazie alle quali riescono ad attrarre un pubblico ampio e variegato.

In pochi anni sono apparsi anche sulla scena italiana attori quali Netflix, Amazon, e altri come Disney e Discovery hanno aggiornato la loro offerta, puntando su piattaforme con contenuti di grande attrattività per il pubblico. Da questo punto di vista è fondamentale che il servizio pubblico persegua la propria *mission* rafforzando la distintività e la riconoscibilità della sua offerta editoriale, puntando proprio su contenuti che siano in grado di fornire allo spettatore modelli e visioni di alto livello qualitativo e a forte carattere innovativo. Del resto, non può tacersi che almeno dagli anni Ottanta del secolo scorso, come è stato ricordato in un fortunato libro di qualche anno fa, per trent’anni, come hanno scritto Franco Debenedetti e Antonio Pilati, in Italia c’è stata una guerra per e sulla televisione. Nel confronto tra TV pubblica e TV commerciale si sono combattute dure lotte politiche, messi in crisi Governi, innovate le prassi costituzionali. Ora quelle vicende appaiono per molti aspetti lontane e distanti. Di certo hanno prodotto una forte omologazione tra TV pubblica e TV commerciale, che finisce con l’incidere pesantemente sull’immagine della RAI e sulla sua natura di servizio pubblico.

La sensazione percepita da taluni è che la RAI tenda a confondersi con gli editori commerciali e dunque a veder scolorire le proprie caratteristiche peculiari di servizio pubblico. Mediaset, LA7, Sky e tutti gli altri editori offrono un servizio al pubblico, ma i fruitori-clienti hanno giustamente nei confronti della RAI attese più forti perché rappresenta non solo un servizio, ma è vincolato al concetto di «pubblico».

Non c’è dubbio che il principale veicolo di immagine per un editore è il prodotto. Ciò che occorre mirare a costruire, o – se si vuole – ricostruire, è proprio un’identità e una originalità proprie dei programmi RAI. Ciò recuperando il prestigio internazionale della nostra Azienda concessionaria del servizio pubblico che è stato sempre molto alto e che resta comunque notevole anche oggi.

Si tratta in fondo dello stesso problema di tutti i servizi pubblici europei, riconducibile alla scommessa, dilemma pubblico e/o commerciale, competizione e/o servizio. Dilemmi che per vari aspetti la BBC ha superato con una ricetta che è stata per lungo tempo la stessa cifra distintiva della RAI: diversificazione, innovazione, credibilità, il tutto ispirato da quello che Umberto Eco riteneva dover essere la peculiarità del servizio

pubblico, vale a dire avere una superiore etica, estetica e responsabilità della formula che riscatti e aggiunga senso e valore al singolo progetto. Non dunque una PBS italiana rivolta a un *élite*, ma programmi, *podcast*, informazione, intrattenimento e sport progettati e rivolti alla più ampia platea possibile.

A questo discorso si collega, come hanno detto in modo efficace i Presidenti dell'ANICA e quello dell'APA proprio in questa sede circa il ruolo che la RAI deve sostenere in termini di mercato e non di mera assistenza, la produzione audiovisiva italiana dai *film* alla *fiction*, ai documentari, all'animazione, alla musica colta e alla lirica, non rinunciando, peraltro, a cercare di elaborare *format* originali, senza comprarli necessariamente dall'estero.

Il contratto di servizio che verrà dovrà tendere allo sforzo di rafforzare la RAI nel suo ruolo di agenzia per il sostegno e lo sviluppo del sistema produttivo audiovisivo del Paese, con una visione attenta all'*audience* interna, ma anche alle quote di mercato internazionali. Ciò avendo attenzione anche alla promozione della nostra cultura nazionale e dei nostri territori, come acutamente evidenziato davanti a questa Commissione dal rappresentante delle *film commission* regionali.

Questo tema coinvolge naturalmente anche quello del finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo italiano. Non è certamente questa la sede per approfondire in dettaglio tale tema, pur tuttavia una riflessione va fatta in relazione alla necessità di garantire certezze di risorse pubbliche alla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. Evidentemente la certezza di risorse consente un'adeguata programmazione ed anche una verifica di questa programmazione.

Proprio all'inizio di questa consiliatura, l'Autorità si è occupata del tema della trasparenza dei listini della pubblicità e della relativa scontistica, del tema dell'affollamento pubblicitario, che sembrerebbe aver trovato una sistemazione nel nuovo TUSMAR attraverso l'innalzamento dei tetti pubblicitari anche per la concessionaria del servizio pubblico. Sono tutte questioni connesse evidentemente alle risorse a disposizione della concessione del servizio pubblico e a quella esigenza di certezza a cui facevo riferimento prima, inevitabilmente connesse anche all'idea di servizio pubblico che ad esse è sotteso.

La riforma che ha portato al pagamento del canone mediante la bolletta elettrica è stata senz'altro un'apprezzabilissima innovazione che ha consentito di ridurre fortemente e di riportare a livelli accettabili il fenomeno dell'evasione, che aveva assunto proporzioni fuori controllo. Non sfugge che la contestuale riduzione dell'importo unitario, sceso a 90 euro dal 2017, abbia di fatto calmierato il beneficio del recupero dell'evasione. Di conseguenza, tra i maggiori servizi pubblici europei, la RAI continua ad essere quello con il più basso costo per i cittadini, ma anche quello con la più elevata incidenza dei ricavi pubblicitari. È un tema complesso, che coinvolge equilibri tanto sedimentati nel tempo quanto paradossalmente fragili, ma al quale bisogna guardare con attenzione, considerando i profondi mutamenti del mercato pubblicitario, che proprio nel

2020 ha visto in Italia, come avviene in moltissimi altri Paesi, il sorpasso dei ricavi pubblicitari provenienti da Internet rispetto a quelli della televisione.

Naturalmente, la RAI è chiamata a non trarre alcun indebito vantaggio commerciale dal ruolo di servizio pubblico, in modo da non alterare la concorrenza con gli altri operatori, ad esempio fornendo servizi a condizioni più favorevoli. Al riguardo occorre assicurare il pieno rispetto degli obblighi derivanti dai trattati europei, integrati dalle norme, dalla giurisprudenza e dagli atti di indirizzo delle diverse istituzioni dell'Unione, per evitare che il finanziamento al servizio pubblico possa essere considerato un aiuto di Stato e quindi una violazione dell'articolo 87 del Trattato istitutivo della Comunità europea.

Allo stato, la RAI predispone una contabilità separata indicando i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio sulla base di uno schema predisposto dall'Autorità. Ciò al fine di verificare proprio che il canone sia utilizzato per lo svolgimento del servizio pubblico.

Alla luce dell'esperienza maturata in questi anni, è tuttavia lecito affermare che questo modello di separazione contabile necessita di un qualche aggiustamento. L'articolo 25 del nuovo contratto di servizio, nel declinare gli obblighi specifici della missione di servizio pubblico, ha impegnato la RAI a presentare all'Autorità un progetto operativo sulla contabilità separata, indicando i principi da assumere a riferimento. Vi è un procedimento in corso su questo tema presso l'Autorità, quindi mi astengo dal parlarne, però è un processo in evoluzione.

Ci si chiedeva all'inizio di questo intervento se abbia ancora e quale sia il senso del servizio pubblico radiotelevisivo nell'era delle piattaforme *streaming*, della TV connessa e dei *social media*. La risposta, per quanto mi riguarda, non può che essere positiva, ma è subordinata a un cambiamento necessario per poter fornire risposte adeguate alle sfide complesse che vengono poste dall'attuale quadro della situazione. I *media* di servizio pubblico possono produrre ricadute concrete positive solo se supportati da una visione e da un progetto conformi al contenuto del mandato. Il servizio pubblico deve rispondere ai bisogni del Paese reale, ma per poterlo fare deve conoscere ed essere presente nelle comunità che lo costituiscono e sviluppare anche un costante dialogo con tali comunità, che peraltro è chiamato a rappresentare; a questo fine, deve disporre di una architettura e di risorse economiche adeguate.

La crisi pandemica ancora in atto ha mostrato il senso del servizio pubblico e della sua missione, ma ne ha evidenziato anche le debolezze, innanzitutto con riferimento all'obbligo dell'informazione. Con la pandemia comunque è emersa l'importanza della comunicazione istituzionale sulla salute rispetto ad una informazione disintermediata. Parimenti, la crisi pandemica ha posto l'accento sulla qualità del dibattito pubblico. Sono tutti temi che evidentemente meritano una grande attenzione. Questa crisi ha dimostrato ancora una volta come il servizio pubblico sia chiamato ad accompagnare i processi che attraversano il Paese, specie nelle

situazioni di crisi, anticipando la lettura dei fenomeni nuovi e proponendosi quale sede di dibattito efficace ed affidabile sui bisogni della popolazione.

Mi soffermo molto rapidamente sulla direttiva Smav che, come ho detto, approfondirò nelle audizioni che svolgerò presso le altre Commissioni, ma sulla quale ovviamente sono pronto a rispondere. Sono tanti i temi oggetto della direttiva ma, per quanto riguarda le competenze di questa Commissione, mi soffermo in particolare sull'articolo 51 e sull'equilibrio che sostanzialmente il nuovo testo del TUSMAR stabilisce con riferimento alla tutela del pluralismo.

Mi sembra che il punto di arrivo individuato dal Governo risponda ai principi sanciti nella sentenza della Corte europea, che aveva affermato l'inopportunità di collegare direttamente a soglie il riscontro di posizioni dominanti e lesive del pluralismo, e invece attribuisca all'Agcom un'ulteriore attività in base a ulteriori parametri per effettuare questa verifica in concreto.

C'è un punto sulla questione che ci siamo permessi di evidenziare in una integrazione che abbiamo aggiunto al parere reso in un primo tempo, che è quello della competenza dell'AGCM. L'AGCM ha rivendicato una competenza in questo senso. Ovviamente, rispetto alle altre autorità, come è stato e com'è costantemente nel settore delle comunicazioni elettroniche, in generale in ogni settore in cui vi è la possibilità che le competenze si intersechino, c'è la massima disponibilità e la massima collaborazione; ma in questa materia, quella del pluralismo, va messa in evidenza la differenza tra l'attività dell'Agcom e quella dell'AGCM: la prima è rivolta a verificare l'insussistenza di situazioni lesive del pluralismo informativo; la seconda è invece volta a verificare la sussistenza di abusi di posizione dominante. Le due analisi non sempre coincidono e, anzi, una loro sovrapposizione per molti aspetti in taluni casi può apparire fuorviante. Per questo abbiamo inviato al Governo e anche alle Commissioni parlamentari competenti un'integrazione del parere ribadendo questo punto.

Sono a disposizione su altri aspetti della direttiva. Il nodo fondamentale della direttiva è l'estensione ai video *on demand* e alle *video sharing platform* di alcune tutele, come la tutela dei minori e quella del pubblico generale rispetto ai discorsi d'odio, che invece finora erano limitate alle piattaforme audiovisive.

Sicuramente è una cosa estremamente importante: l'Agcom è chiamata a emanare regolamenti e ad effettuare opere di regolamentazione rispetto alle piattaforme, ed è un compito estremamente gravoso rispetto al quale ci stiamo attrezzando – così speriamo – nel modo migliore.

FEDELI (PD). Signor Presidente, intanto voglio ringraziare il dottor Lasorella per la puntuale, ricca e approfondita relazione, perché nell'indagine conoscitiva che stiamo svolgendo in questa Commissione devo dire che la sua audizione, dal mio – e immagino dal nostro – punto di vista, è estremamente importante e ricca. Colgo dalla sua relazione tre punti su cui le chiedo conferma.

Il primo aspetto è il seguente. Lei stesso coglie l'importanza di modernizzare gli obiettivi del contratto di servizio, i quali però dovranno essere ulteriormente implementati e innovati rispetto alla nuova funzione di modernizzazione.

Non riprendo – ma sono ovviamente d'accordo – i punti di riferimento che lei ci ha riproposto. Desidero, però, sottolineare alcuni aspetti.

Innanzitutto, mi pare particolarmente importante il fatto che lei abbia svolto tutta la sua relazione guardando – cosa fondamentale dal nostro e, in particolare, dal mio punto di vista – ad un raccordo e quasi ad una comparazione con quello che si sta muovendo nei sistemi europei. È esattamente lo spirito con cui noi della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi abbiamo scelto di avviare l'indagine conoscitiva in corso: infatti, diventa sempre più importante, dal punto di vista democratico e della funzione di servizio pubblico, avere investimenti, innovazione e collegamento con tutte le nuove piattaforme; il sistema pubblico radiotelevisivo deve essere reso competitivo da questo punto di vista, perché deve fornire qualità, certezza ed autenticità dell'informazione e così via. Mi pare che questo sia un elemento fondamentale.

Il secondo aspetto emerso dalla sua esposizione, e comunque collegato al primo, è che l'Autorità – o almeno questo è ciò che ho colto – spinge affinché il servizio pubblico abbia certezza del finanziamento, ovviamente trasparenza nella gestione e tempi certi e lunghi. Aggiungo la parola «lunghi» per comprenderci, perché nella modernizzazione degli obiettivi e nella trasformazione, nella digitalizzazione del servizio pubblico radiotelevisivo gli elementi di *governance* devono essere ulteriormente adeguati. Lo affermo banalmente, ma gli attuali strumenti di *governance* non corrispondono alla visione di innovazione, di cambiamento e di modernizzazione, né alla capacità di raccordarsi con quello che si sta muovendo in Europa e che già è stato fatto, dal punto di vista del finanziamento pubblico, della funzione pubblica, dell'allargamento delle funzioni ed anche dal punto di vista dell'implementazione della sua funzione culturale, industriale e quindi di resa di un servizio che serva davvero a tutte le tipologie di cittadini.

La domanda che vorrei porle è la seguente: vorrei sapere se, ad avviso dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sono sufficienti i testi che recepiscono le direttive europee in corso di discussione presso Camera e Senato, sia sul pluralismo che sulle questioni relative al rapporto con il finanziamento da una parte e la pubblicità dall'altra. Lo chiedo perché, dal mio punto di vista, forse qualche attenzione in più sarebbe necessaria, in particolare, su tre aspetti. Uno riguarda la questione dei diritti fondamentali: a mio avviso, la formulazione andrebbe molto più ampliata e meglio specificata, in base ai riferimenti – che lei stesso ha ripreso – delle direttive europee, ma anche ad un'interpretazione più corretta dei valori costituzionali che ci potrebbe consentire di tutelare meglio i diritti fondamentali.

Il secondo aspetto riguarda i tetti pubblicitari e la flessibilità che viene introdotta che sta in equilibrio con il ragionamento sui finanziamenti, perché le due cose stanno insieme. Sottolineo questo aspetto anche se immagino che lei non potrà intervenire direttamente su tale riflessione. Si tratta, però, di due temi reali. Vorrei sapere, quindi, se questo elemento viene preso in considerazione come stimolo e come ulteriore attenzione.

L'ultimo aspetto è quello dell'intreccio tra quanto ha affermato nella sua relazione e il controllo (vale per la Commissione di vigilanza, vale per la vostra Autorità) rispetto al fatto che bisognerebbe aggiornare i regolamenti sul contrasto all'odio sul *web* e su tutte le piattaforme. Oggi anche questo elemento andrebbe preso in considerazione, in particolare, l'aspetto legato alle sanzioni che – come lei sa bene – è assente nel Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR). A mio avviso, questo aspetto è legato al grande tema della digitalizzazione e del collegamento tra le diverse piattaforme.

Al riguardo vorrei sapere se è già stato avviato un lavoro dall'Agcom, visto che comunque è parte della modernizzazione e dell'innovazione che andrebbero realizzate.

GARNERO SANTANCHÈ (*Fdl*). Ringrazio il presidente Lasorella per aver accolto, come sempre, l'invito della nostra Commissione. Per noi è molto importante poter interloquire e porre domande che ci aiutino ad ottenere una risposta ad alcune problematiche esistenti.

Vorrei porre il tema della *par condicio*, la cui legge sta dimostrando ogni volta di più di essere ormai molto obsoleta e fumosa: si tratta di una legge di difficile applicazione, che credo non metta l'Agcom nelle condizioni migliori per applicarla. Lo affermo, innanzitutto, perché lei ha parlato di innovazione e credo che la legge sulla *par condicio* non tenga assolutamente in considerazione la nascita dei canali *social* e delle piattaforme; pertanto, per l'Agcom è di fatto impossibile applicarla proprio perché queste cose non sono contemplate.

Credo che l'attuale campagna elettorale abbia messo in evidenza tutta la debolezza della legge. Mi riferisco, ad esempio, all'articolo 9 che – come credo tutti i colleghi sappiano – impedisce di fatto alle amministrazioni pubbliche di spendere dei soldi nel periodo elettorale, a meno che non siano azioni legate a comunicazioni impersonali o atte allo svolgimento delle amministrazioni stesse.

Cito solo alcuni esempi, che sono i più eclatanti e che peraltro hanno avuto una vasta eco mediatica: la questione di Virginia Raggi a Roma e della festa ad Ostia, con i fuochi di artificio, che – come lei saprà – è stata sospesa proprio per le polemiche insorte; anche Vincenzo Napoli a Salerno è andato ad inaugurare la piazza centrale con lo *slogan* «Vincenzo Napoli sindaco»; la stessa cosa è successa a Lepore a Bologna, che è andato ad inaugurare un'altra villa.

Si tratta di fatti gravi! Io conosco la sua serietà e la sua volontà di svolgere al meglio il lavoro dell'Autorità di cui lei oggi è Presidente. Non ho dubbi, quindi, sul fatto che vengano esercitate compiutamente

le funzioni dell’Autorità, ma vorrei capire se poi le sanzioni vengono applicate; infatti, se torno alla legge sulla *par condicio*, ritengo sia molto difficile per voi, come *Authority*, applicare le sanzioni.

Ecco, vorrei capire questo punto che per me è dirimente, proprio per cercare di rimettere a posto questa legge che – ripeto – non credo metta nemmeno l’*Authority* nelle condizioni di essere consequenziale alle sue stesse funzioni.

ANZALDI (IV). Ringrazio il presidente Lasorella per l’esaustiva relazione svolta. A mio avviso, quanto affermato oggi dal Presidente dell’Agcom qui, in Commissione, addirittura in *streaming*, è molto grave e non può rimanere lettera morta. Quando sottolinea che la RAI tende a confondersi con la TV commerciale, noi dobbiamo mettere un punto.

Lui stesso ha parlato di alcuni doveri del contratto pubblico che vanno dallo sport all’informazione. Da tempo, noi affermiamo – lo abbiamo fatto con la precedente gestione Agcom e con la precedente gestione RAI – che l’informazione in RAI non c’è più: almeno in prima serata, gli storici programmi, gli storici appuntamenti, sono stati presi dalla TV commerciale. Oggi tutto ciò viene confermato dall’Agcom e, quindi, noi dobbiamo ripartire proprio dalla denuncia – la definirei in questo modo – che stasera ha fatto il presidente Lasorella.

Dove vanno e a cosa servono i soldi del canone con contabilità separata? Lo sport non c’è più, l’informazione non c’è più: cosa si fa? Secondo me, stasera siamo ad un punto di svolta. Lo vorrei sottolineare, perché il presidente Lasorella ha affermato una cosa veramente importante per il futuro non solo dell’informazione, ma soprattutto della stessa Azienda, che – ripeto – ha perso l’informazione. Il Presidente ha detto che la radio è in crisi, ma è in crisi alla RAI. Per 40 anni è stata la prima radio, ma ora gli italiani ascoltano le altre radio. Se uno fa un viaggio in autostrada, di certo non ascolta la RAI!

Al riguardo dovremmo riflettere tutti, perché ciò accade nonostante gli investimenti copiosi che arrivano dal canone, nonostante sia stata la prima a trasmettere «The Newsroom» e così via.

Ripeto, quindi, che dovremmo partire da questa audizione per cercare di dare un futuro non solo all’informazione ma anche all’Azienda.

Vorrei porre un’altra domanda al presidente Lasorella, visto che pochi giorni fa ci ha consegnato il testo della delibera n. 270 del 2021. Non capisco perché abbia rinunciato alla multa, però giustamente ha diffidato la RAI affinché non si ripetano più quei cinque episodi incriminati. Vorrei capire, però, come ci si comporta per tutti gli altri episodi, che – come è stato affermato – non andavano posti ma che comunque ci sono. E soprattutto, come ci si comporta per il futuro, visto che, come la stessa Agcom ha scritto, ciò non deve accadere mai più? Come si sta attrezzando l’Autorità per monitorare che non accada mai più? Molti di quegli episodi passati sono stati frutto di denunce nostre (mie, in particolare, ma anche di altri commissari). Si tratta di un problema reale.

Io sono contrario al non procedere con le sanzioni: come sottolineato anche dalla collega Garnerò Santanché, nel nostro Paese si ottiene poco già con le sanzioni; senza è anche inutile parlare! Quindi, come vi state attrezzando per verificare che la vostra diffida sia eseguita alla lettera?

DI NICOLA (M5S). Ringrazio anch'io il dottor Lasorella per la ricca relazione, che ha toccato – come sottolineato anche dai colleghi che mi hanno preceduto – alcuni punti critici e di intervento che necessitano, a nostro avviso (ne abbiamo parlato in Commissione e all'interno del Gruppo politico), di una riflessione per cercare di cambiare le cose. Mi riferisco alla necessità di salvaguardare l'indipendenza del servizio pubblico e alla necessità di aggiornare il contratto di servizio alla luce del cambiamento e delle grandi innovazioni che si presentano sul mercato, non solo italiano ma anche mondiale, per l'ingresso prepotente di nuovi soggetti che fanno grandi produzioni, con grandi contenuti, e spesso innovano tantissimo nel racconto delle differenti realtà.

Come poc'anzi sottolineato dal collega Anzaldi, il presidente Lasorella ha parlato anche della omologazione tra la TV pubblica e quella commerciale, una questione fortemente dibattuta negli ultimi decenni, che tuttavia non ha trovato momenti di riflessione e proposte volte a dare al servizio pubblico un indirizzo, almeno come Commissione di vigilanza. Il presidente Lasorella ha sottolineato la necessità di innovare sulla qualità del prodotto, potenziando le produzioni della RAI, e di innovare la linea editoriale e i suoi contenuti. Si tratta di questioni che, ripeto, come Commissione abbiamo dibattuto e come parte politica abbiamo in qualche modo sollevato. Era nostra intenzione continuare a stimolare, nel lavoro parlamentare e in quello della Commissione, una riflessione. In realtà, la RAI, ha pure provato ad agire in questa direzione, in una certa fase della scorsa consiliatura, ma poi è arrivata la maledetta epidemia che ha fatto saltare tutti i programmi e tutti i progetti, a cominciare dai progetti ambiziosi che l'Azienda aveva con il piano industriale.

Nella sua relazione pacata, ma ricchissima di contenuti lei, presidente Lasorella, ha avuto l'accortezza di sollevare questi punti critici sui quali c'è convergenza. Sulla necessità di avviare cambiamenti e riflessioni importanti, aziendali e politiche, come Commissione vedremo cosa fare, nel rispetto dell'indipendenza reciproca, ma vorrei sapere come pensa di agire l'*Authority* al riguardo.

LASORELLA. Ringrazio i commissari per i *feedback* e le indicazioni di condivisione di alcuni spunti che ho cercato di porre in termini generali, fermo restando che il compito di definire la nuova disciplina, dalla *governance* alla *mission* al finanziamento, spetta in primo luogo al Parlamento.

Alla senatrice Fedeli vorrei rispondere brevemente sottolineando che la questione dei diritti fondamentali è senza dubbio essenziale.

Noi abbiamo espresso un parere sulla direttiva che, in quanto tale, lascia agli Stati membri la possibilità di incidere anche in maniera più significativa su alcuni aspetti. Su tutti i problemi legati ai diritti fondamentali e

anche sui discorsi d'odio, l'Autorità ha già fatto molto anche nella scorsa consiliatura, pur in assenza di un quadro normativo particolarmente consolidato, emanando una serie di regolamenti; poiché mancano proprio i supporti sanzionatori, abbiamo cercato di innovare con gli strumenti a disposizione. Abbiamo avanzato certamente anche noi il rilievo della sanzione, rispetto alla direttiva; è chiaro che, nel momento in cui il legislatore vorrà rafforzare i presidi in questo senso, l'Autorità provvederà ad emanare i propri regolamenti attuativi.

Quello che intendevo sottolineare era proprio il fatto che finalmente, grazie a questa direttiva, almeno con riferimento ad alcune piattaforme digitali, l'Autorità viene dotata di alcuni strumenti; poi, il *digital services act*, che sarà il regolamento comprensivo su tale materia, probabilmente darà alle autorità di settore strumenti più penetranti ed incisivi.

La questione dei tetti pubblicitari e del finanziamento della pubblicità è senza dubbio centrale, come abbiamo verificato nel corso della nostra attività. Tale questione si collega anche alla certezza delle risorse. Si è parlato dei problemi di scontistica; abbiamo esaminato le doglianze degli operatori in materia di scontistica da parte della RAI. È chiaro che tali questioni possono trovare risoluzione all'interno di un quadro di risorse definito che in qualche modo comprenda anche la pubblicità. In questo senso, l'innalzamento dei tetti, previsto dalla cosiddetta direttiva SMAV, è un'operazione gravosa rispetto all'utenza, però rappresenta in qualche modo una risposta.

Per quanto riguarda i punti sollevati dalla senatrice Garnero Santanché, mi sono permesso di portare gli aggiornamenti dei dati (che consegnerò agli Uffici della Commissione), che non sono stati ancora pubblicati (li abbiamo preparati proprio per questa occasione) sul pluralismo politico istituzionale in televisione, anche con i tempi di parola dei *leader* politici nel corso della presente campagna elettorale. I risultati sembrano complessivamente abbastanza equilibrati; del resto, in questa campagna elettorale non abbiamo ricevuto alcuna segnalazione di violazione della *par condicio* televisiva. Questo è già un grande segnale. Noi ci attiviamo prevalentemente a seguito di segnalazioni e queste segnalazioni, al momento, non ci sono state.

La disciplina della *par condicio* è sicuramente vecchia e non contempla i *social media* e, in generale, *Internet*; anche le sanzioni, cui si è fatto riferimento, per le amministrazioni comunali si riferiscono in genere alla pubblicità su *Internet* prevedendo la pubblicazione di una sorta di annuncio in cui si precisa che quella «pubblicità è stata illegittima, ai sensi della disciplina sulla *par condicio*».

Si tratta di una materia da aggiornare e da ammodernare; ovviamente l'Autorità è a disposizione per una riflessione in questo senso, che però è in primo luogo del legislatore.

Sull'osservazione dell'onorevole Anzaldi in merito alla delibera n. 270 del 2021, devo sottolineare che il percorso era obbligato, perché il TAR ci ha imposto di considerare soltanto gli aspetti procedurali: noi agiamo per procedimenti e in quel caso si trattava di un procedimento

in cui erano state contestate originariamente cinque violazioni e poi nella motivazione ne erano state aggiunte altre; il TAR ci ha imposto di tornare alle cinque originariamente contestate. Si tratta, dunque, di un percorso assolutamente lineare dal punto di vista del procedimento amministrativo. Queste cinque violazioni giustificavano, ad avviso dell’Autorità, la sanzione che è stata erogata, cioè quella della diffida. Tali diffide restano affidate alla responsabilità della società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, che nel frattempo ha avuto anche un mutamento dei vertici delle strutture e dei responsabili. È chiaro che restano come un monito del quale la RAI dovrà necessariamente tenere conto.

Sulla questione posta, infine, dal senatore Di Nicola su quello che noi pensiamo di fare, sottolineo che dovremo elaborare le linee guida per il nuovo contratto di servizio; in quella sede svolgeremo delle riflessioni, frutto della condivisione dell’intero Consiglio, che saranno – appunto – riversate nelle linee guida, delle quali il Parlamento ed il Governo terranno conto nella elaborazione del nuovo contratto di servizio.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Lasorella per l’esaustiva relazione e per la disponibilità.

Dichiaro conclusa l’audizione odierna e rinvio il seguito dell’indagine conoscitiva ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 21,05.

