



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XIX LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 2

COMMISSIONE PARLAMENTARE
per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi
radiotelevisivi

AUDIZIONE DEL PRESIDENTE DELL'AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

3^a seduta: mercoledì 10 maggio 2023

Presidenza del presidente FLORIDIA Barbara

INDICE

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE:

– FLORIDIA Barbara (M5S), *senatrice* . . . Pag. 3

Audizione del presidente dell'autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom)

PRESIDENTE:

– FLORIDIA Barbara (M5S), *senatrice* . . . Pag. 9,
16, 19*LASORELLA, presidente dell'Autorità per le
garanzie nelle comunicazioni* Pag. 3, 16BERGESIO (LSP-PSd'Az), *senatore* 9ROSSO (FI-BP-PPE), *senatore* 10LUPI ((NM(N-C-U-I)-M), *deputato* 11NICITA (PD-IDP), *senatore* 12CAROTENUTO (M5S), *deputato* 14FILINI (FDI), *deputato* 15SBARDELLA (FDI), *deputato* 15GASPARRI (FI-BP-PPE), *senatore* 16GRAZIANO (PD-IDP), *deputato* 16

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Azione-Italia Viva-RenewEurope: Az-IV-RE; Civici d'Italia-Noi Moderati (UDC-Coraggio Italia-Noi con l'Italia-Italia al Centro)-MAIE: Cd'I-NM (UDC-CI-NcI-IaC)-MAIE; Forza Italia-Berlusconi Presidente-PPE: FI-BP-PPE; Fratelli d'Italia: FdI; Lega Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: LSP-PSd'Az; Movimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico-Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Per le Autonomie (SVP-Patt, Campobase, Sud Chiama Nord): Aut (SVP-Patt, Cb, SCN); Misto: Misto; Misto-ALLEANZA VERDI E SINISTRA: Misto-AVS.

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: Fratelli d'Italia: FDI; Partito Democratico – Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega – Salvini Premier: LEGA; Movimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia – Berlusconi Presidente – PPE: FI-PPE; Azione – Italia Viva – Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con l'Italia, Coraggio Italia, UDC, Italia al Centro)-MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-MIN.LING.; Misto-+Europa: Misto-+EUROPA.

Interviene il presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), dottor Giacomo Lasorella, accompagnato dal capo di gabinetto, dottor Giorgio Giovannetti, e dal direttore della direzione servizi media, dottor Giorgio Greppi.

Presidenza del presidente FLORIDIA Barbara

I lavori hanno inizio alle ore 16.

(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 sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Avverto che dell’audizione odierna verrà altresì redatto e pubblicato il Resoconto stenografico.

Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

PROCEDURE INFORMATIVE.

Audizione del presidente dell’autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom)

LASORELLA. Signor Presidente, desidero innanzi tutto ringraziare per l’invito lei e tutti i componenti della Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, interlocutore tradizionale dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Spero che quello presente costituisca un primo incontro e la premessa per un rapporto intenso e proficuo che si possa sviluppare nel tempo.

Come ricordava la Presidente, partirò dalle linee guida del contratto di servizio, che costituiscono l’oggetto specifico di quest’audizione, ma vorrei al contempo cogliere l’occasione per offrire una panoramica dell’attività dell’Agcom nel settore dell’audiovisivo e in quelli contigui delle reti e soprattutto del digitale.

Per quanto riguarda il contratto di servizio, a marzo dello scorso anno, al fine del raggiungimento dell’intesa con l’allora Ministero dello sviluppo economico, l’Agcom ha trasmesso un primo testo di linee guida

sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico, radiofonico, televisivo e multimediale, avviando così l'*iter* che ha portato all'adozione da parte del Consiglio dei ministri dell'atto d'indirizzo per la definizione delle linee guida poi definitivamente approvato con delibera dall'Autorità, ai fini dell'intesa, nel 2022.

Il documento, frutto del lavoro svolto in sinergia col Ministero, individua tre direttrici, volte a garantire un adeguato livello di qualità del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

In particolare, è stato previsto di indicare con chiarezza gli impegni e gli obblighi del contratto di servizio (ferma rimanendo l'esigenza di garantire la sostenibilità economica, l'efficienza aziendale e la razionalizzazione della spesa), ridefinire la missione del servizio pubblico in una prospettiva pluriennale, alla luce delle esigenze del cittadino utente, e poi assicurare ancora maggiore coerenza degli obblighi assunti nel contratto di servizio, in particolare attraverso l'introduzione di obiettivi misurabili, nonché potenziando le modalità, e gli strumenti e gli organi di verifica dell'attuazione degli obiettivi.

Avevamo già indicato undici obiettivi strategici e con soddisfazione il Governo ha raccolto anche queste nostre indicazioni: la trasformazione della RAI in *digital media company*; la qualità dell'informazione secondo criteri di completezza, equilibrio, responsabilità, imparzialità, indipendenza e pluralismo; fidelizzare il pubblico giovane; promuovere l'Italia nel mondo e diffonderne i valori culturali e civili; diffondere e incoraggiare lo *sport*; accrescere le competenze del pubblico in relazione alle nuove sfide della transizione ambientale digitale; rafforzare gli obblighi di accessibilità e inclusività; contribuire all'approvazione della parità di genere e delle pari opportunità; sostenere lo sviluppo dell'industria audiovisiva nazionale; rafforzare il ruolo e l'evoluzione tecnologica del servizio pubblico radiotelevisivo; infine, ottimizzare la capacità trasmissiva e il livello di copertura.

Come ricordava anche la scorsa settimana il ministro Urso, queste tre direttrici, che erano già incluse nel documento che abbiamo inviato al Governo, costituiscono il punto d'arrivo di una riflessione fatta appunto insieme all'Esecutivo, anche alla luce delle profonde trasformazioni che stanno interessando il settore delle comunicazioni.

Le trasformazioni le conoscete meglio di me: è mutata sostanzialmente la dieta mediatica degli italiani rispetto al 2018, anno in cui è entrato in vigore il vigente contratto di servizio; la televisione rimane certamente centrale come strumento d'informazione, ma è mutato il modo di fruire le trasmissioni televisive; il numero medio di spettatori giornalieri della TV lineare, secondo i dati Auditel, è passato da 9,5 milioni nel 2018 a 8,4 milioni nel 2022, con una variazione negativa dell'11 per cento; più della metà della popolazione ricorre alla *web-TV* e usa TV connesse, con un incremento di utenza del 22,7 per cento rispetto al 2018; inoltre, più di un terzo degli italiani guarda la TV tramite il proprio *smartphone*; se nel 2019 gli utenti unici mensili delle piattaforme di

video *on demand* a pagamento erano di poco superiore agli 11 milioni, nel 2022 sono pari a 15 milioni.

Inoltre, gli utenti unici mensili dei servizi video *on demand* gratuiti sono aumentati tra il 2020 e il 2022 dell'1,3 per cento, passando da 35,3 a 35,8 milioni.

Continuando sempre questa panoramica, il pubblico delle radio è rimasto sostanzialmente inalterato, ma anche qui sono cambiate le modalità di fruizione. Accede ai palinsesti radiofonici tramite il proprio *smartphone* il 29 per cento degli italiani, fenomeno che rispetto al 2018 ha registrato un aumento dell'8,5 per cento.

Anche se non è strettamente connesso al tema del contratto di servizio, è importante ricordare il fatto che dal 2018 al 2022 le vendite di quotidiani cartacei sono diminuite del 36,4 per cento. Se nel 2018 si vendevano oltre due milioni di copie al giorno, nel 2022 queste si sono ridotte a poco più di 1,3 milioni. Questa contrazione di vendita non è stata compensata, se non in parte, dall'incremento delle vendite *online*.

Non meno importante è stata l'evoluzione tecnologica dell'ultimo quinquennio: l'Autorità ha svolto un ruolo di primo piano, anche dalla precedente consiliatura, attraverso la transizione verso il nuovo digitale terrestre (il DVB-T2), portando a compimento tutti gli adempimenti che erano stabiliti dalla legge.

L'Autorità ha stabilito, a valle di una consultazione con il mercato, misure concernenti la razionalizzazione delle risorse delle frequenze, l'aggiornamento del piano di numerazione automatica e le modalità di attribuzione dei numeri dei canali e, come novità, il primo piano strutturale per il servizio radiofonico digitale in *digital audio broadcasting* (DAB+), innovazione della quale andiamo molto orgogliosi.

Il 30 giugno 2022 sono terminate in tutta Italia le operazioni di riorganizzazione delle frequenze per il *refarming* della banda 700 e quindi la tappa successiva sarà la transizione definitiva allo *standard* del digitale terrestre DVB-T2, quindi con un nuovo *switch off*, che renderà pienamente aggiornate sul piano tecnologico le modalità di trasmissione dei programmi.

L'altro dato di fondo è la spinta innovativa recata dallo *streaming*, la nuova modalità di fruizione dei contenuti televisivi offerti dalle piattaforme digitali, gli *over the top* (OTT), che pone importanti sfide che Agcom ha inteso raccogliere sempre in un dialogo con il legislatore.

Nel maggio 2022 abbiamo compilato una lista degli eventi d'interesse sociale e di grande interesse pubblico, che dovevano essere offerti in diretta o in differita, in chiaro o a pagamento, al pubblico italiano, di cui dev'essere garantita la fruizione nel rispetto di adeguati *standard* di regolarità, continuità di servizio e qualità delle immagini. Su questo elenco e su quello parallelo invece del comma 3, proprio oggi, abbiamo assicurato tra l'altro che la partita tra Milan e Inter si veda in chiaro, secondo le linee stabilite dall'Autorità; questo è comunque un passaggio di vigilanza significativo.

Parlavo prima della qualità delle trasmissioni: si tratta di aspetti tecnici, ma fondamentali, per quanto riguarda l'attività dell'Autorità e la definizione del quadro del sistema digitale.

Per la prima volta abbiamo affrontato il tema della misurazione della qualità dei servizi dei *media* audiovisivi anche grazie al caso DAZN. È stata la prima iniziativa, anche a livello europeo, per regolamentare i servizi offerti dalle piattaforme OTT, individuando metodi e metriche per la valutazione della loro qualità.

Adesso il tema è estendere questi parametri di qualità, che abbiamo applicato a DAZN, alla generalità delle trasmissioni televisive e inevitabilmente anche alla RAI, per quanto riguarderà le trasmissioni in *streaming*. La Rai, quindi, dovrà garantire, entro la fine del periodo di vigenza del contratto di servizio, tramite le piattaforme RAI Play e RAI Sound, regolarità, continuità di servizio e qualità dell'immagine, appunto secondo i suddetti *standard*.

L'Autorità ha inoltre avviato anche una consultazione pubblica sullo schema che indica le linee guida e le prescrizioni regolamentari, per poi garantire l'accessibilità del sistema della numerazione automatica dei canali e la *prominence* dei servizi audiovisivi rispetto agli altri servizi in *streaming*; anche qui, secondo la direttiva servizi *media* audiovisivi (SMAV), introducendo un elemento di equilibrio tra trasmissioni in *streaming* e servizi dei *media* audiovisivi tradizionali.

C'è poi il grande tema della misurazione degli indici di ascolto anche nel settore digitale, che è evidentemente un dato fondamentale, perché dalla misurazione degli indici d'ascolto dipendono la trasparenza del mercato e, in definitiva, il funzionamento del mercato stesso. Insomma, l'azione dell'Autorità è stata volta a estendere le garanzie, i meccanismi e la trasparenza che caratterizzano la misurazione dell'*audience* nel settore audiovisivo tradizionale anche a quello dello *streaming*.

Questo insieme di attività dell'Autorità si muove anche in un quadro generale d'innovazione legislativa, che è soprattutto di natura europea. C'è stata la stagione delle grandi direttive europee sulle comunicazioni elettroniche sul *copyright* e, per quanto ci riguarda, sui servizi dei *media* audiovisivi. Stiamo attuando queste grandi direttive europee, che sono sostanzialmente quelle che hanno segnato l'estensione delle garanzie stabilite per l'audiovisivo, anche ai settori dello *streaming*.

Vi è poi, per il settore digitale, la sfida della regolazione europea, per quanto ci riguarda introdotta soprattutto dal *digital services act* (DSA), che ha fissato obblighi per le piattaforme, responsabilizzandole e obbligandole a rispondere ai cosiddetti rischi sistemici, predisponendo una serie di strumenti per evitare i danni maggiori che possono verificarsi sulla rete.

In questo quadro, nel quadro complessivo della legislazione europea, è in corso anche l'esame, a livello di trilogia, dello *European media freedom act* (EMFA), che riguarda direttamente il settore delle comunicazioni e, per molti aspetti, il servizio pubblico. Sostanzialmente, dovrebbe introdurre una serie di norme a tutela dell'indipendenza e della trasparenza

della proprietà dei *media*, che ne regolino la concentrazione, stabiliscano metodologie per la misurazione dell'*audience*, tutelino i contenuti da essi pubblicati nelle piattaforme digitali e sui *social media*.

Questo quadro normativo prevede anche la creazione di un comitato europeo indipendente per i servizi dei *media* che sostituirà l'attuale *European regulators group for audiovisual media services* (ERGA), che riunisce le autorità del settore digitale.

Arrivo al tema dell'attività dell'ERGA, con cui tutta questa legislazione europea si muove in stretta correlazione, poiché esso rappresenta tutte le autorità del settore e del quale mi trovo quest'anno a ricoprire l'incarico di Presidente. Con la Commissione europea, quindi, c'è un dialogo importante e significativo su tutti questi aspetti.

Arrivo ai temi più vicini al rapporto tra Autorità e vigilanza, in particolare alla tutela del pluralismo. Mi sono permesso già di sottolineare, nella relazione annuale per il 2022, che la legge n. 28 del 2000 sicuramente mostra alcune criticità, se non altro per la considerazione che essa copre la TV tradizionale, ma non il mondo del *web*, anche se di sicuro è particolarmente complesso e delicato regolarlo da questo punto di vista.

Non solo: da ultimo sono intervenute anche una serie di pronunce giurisdizionali che hanno fissato ulteriori parametri per l'azione dell'Autorità, sostanzialmente nella misurazione delle presenze in video dei vari soggetti politici durante la campagna elettorale.

Innanzitutto, vi è la necessità del contraddittorio con le emittenti televisive, ma anche quella di bilanciare il parametro quantitativo tradizionale, come il tempo di parola, anche alla luce di criteri di natura qualitativa e sostanziale. Il tempo di notizia e il tempo di antenna sicuramente rispondono a un'esigenza di visione d'insieme, ma certamente attribuiscono all'Autorità un margine di discrezionalità che da taluni, specie nei momenti più delicati, come la campagna elettorale, può essere anche intesa come arbitrarietà.

Sotto questo profilo, noi svolgeremo il nostro compito. Cercheremo di studiare la materia e approfondire le soluzioni per quanto riguarda la nostra regolazione, ma, proprio perché questa regolazione si muove in stretto dialogo con la Commissione di vigilanza e poi, in generale, con il legislatore, è molto importante che si avvii una riflessione comune sotto il profilo sia della regolazione in senso proprio, sia della modifica della legge n. 28 del 2000, che probabilmente ha bisogno di alcuni aggiustamenti.

In conclusione, nel momento in cui riprende il cammino per la definizione del contratto di servizio, l'Autorità ribadisce l'auspicio che la RAI completi la trasformazione da *broadcaster* a *digital media company*. A questo fine, è necessaria una serie di azioni, nel rispetto dei vincoli di bilancio, che facciano dell'azienda concessionaria del servizio pubblico uno dei motori della digitalizzazione dell'Italia, sia sul versante tecnologico sia nella diffusione di una corretta informazione. Azioni che favoriscano anche il consolidamento di una nuova cultura, operando in questo senso un coordinamento con tutti i soggetti del settore radiotelevisivo.

Questo impegno si dovrà tradurre, evidentemente, in un corposo investimento in tecnologia, per un accesso universale facile ed efficiente ai prodotti RAI su tutte le piattaforme, e nello stesso tempo in un'offerta digitale distintiva e personalizzabile, capace di generare ampi ascolti per tutte le fasce d'età. Quindi, la RAI sarà chiamata a dotarsi di modelli produttivi e di professionalità adeguati al mondo digitale.

Naturalmente, la premessa di questo percorso dev'essere il rigoroso rispetto delle norme europee e nazionali e della giurisprudenza costituzionale, che nel dare concretezza al concetto di servizio pubblico ne disciplinano l'attuazione, nel rispetto e a tutela dei valori costituzionali d'indipendenza e di pluralismo.

In linea con gli obiettivi connessi alla fornitura del servizio pubblico radiotelevisivo, già individuati in passato, la RAI poi dovrà assicurare una programmazione rispettosa del diritto dei minori a un corretto sviluppo psicofisico e una piena fruizione dei contenuti da parte di utenti disabili, approntando al contempo le necessarie tutele nei confronti delle minoranze, anche linguistiche.

Sul piano della trasparenza, la RAI, in quanto concessionaria del servizio pubblico che beneficia degli introiti e del canone di abbonamento, dovrà adottare comportamenti lineari ed eticamente distintivi nello svolgimento delle attività riguardanti le acquisizioni delle risorse pubblicitarie, rendendo effettivi i principi di concorrenza, trasparenza e non discriminazione sanciti dall'articolo 45, comma 2, del testo unico dei servizi di media audiovisivi (TUSMA) e dovrà anche rendere trasparenti i costi del servizio pubblico con l'utilizzo dello schema di contabilità separata approvato dall'Autorità e attualmente vigente.

Nel nostro schema di linee guida avevamo tra l'altro raccomandato anche un'adeguata valorizzazione delle professionalità interne dei centri d'eccellenza, quali la Scuola di giornalismo di Perugia e il Centro di ricerca di Torino: spero se ne possa tener conto anche nella redazione del contratto di servizio.

Infine, secondo la richiesta che l'Autorità ha fatto fin dall'inizio al Governo, che sottopone poi alla Commissione e di cui parlava prima la Presidente, è importante inserire nel contratto di servizio meccanismi di coordinamento tra la Commissione, il Ministero delle imprese del *made in Italy* e l'Autorità; meccanismi che, nel rispetto dei rispettivi ruoli, consentano di valutare con cadenza annuale l'attuazione degli obblighi.

Si usa spesso nei contesti europei la nozione di *key performance indicator* (KPI), l'indice chiave di prestazione, che corrisponde all'individuazione di alcuni parametri misurabili che possano garantire l'attuazione del contratto di servizio e far sì che non resti un elenco di buone intenzioni, ma sia costantemente monitorato e verificato.

Queste erano le principali questioni che volevo sottoporre alla vostra attenzione. Rimango ovviamente pronto ad ascoltare le vostre considerazioni e rispondere alle vostre domande.

PRESIDENTE. Presidente Lasorella, nell'attesa che i Commissari si possano prenotare per porre i loro quesiti, ringraziandola per la sua relazione, se i colleghi me lo concedono, mi permetto di farle anch'io una domanda.

Proprio in virtù di ciò che ha detto alla fine della sua relazione, mi sembra che possa essere utile per tutti ragionare su quali strumenti possano eventualmente rendere più efficace il controllo (se ce ne siano altri da applicare o immaginare nel contratto di servizi) e soprattutto su come declinare indicatori misurabili non solo sulla quantità, ma anche sulla qualità per garantire il pluralismo.

Potrebbe essere utile per la Commissione, al fine di poter vigilare, ma immagino anche per la sua Autorità di garanzia, avere strumenti declinabili e misurabili affinché il controllo sia più definito.

BERGESIO (*LSP-PSd'Az*). Signor Presidente, ringraziando il dottor Lasorella per la sua presenza e per questa informativa, breve ma efficace, premetto che vi sono alcuni punti importanti, cui anche il Gruppo Lega tiene in modo particolare.

Sappiamo bene che col nuovo modello di *governance*, attuato con un'organizzazione dapprima verticale, poi orizzontale, nell'ambito della RAI sono state create diverse direzioni per quanto riguarda le offerte editoriali della rete: dall'intrattenimento serale a quello pomeridiano, ai programmi per i bambini, all'approfondimento, ai documentari, che si vanno ad aggiungere a quelle già in essere, legate a programmi molto specifici, come l'informazione, la *fiction*, lo *sport* e tutto quello che ci può offrire quella che, non dimentichiamolo mai, è la prima azienda culturale del Paese.

Questo modello, però, non ha comunque assicurato all'azienda un maggior peso rispetto alle produzioni esterne o all'influenza degli agenti. Ne siamo tutti consapevoli, i membri di questa Commissione più di ogni altro. In particolare, se prendiamo in considerazione alcune iniziative che sono state poste in essere, vorremmo essere aggiornati da lei sullo stato dell'attività dell'Agcom, soprattutto con riferimenti specifici alle paventate ipotesi di pubblicità occulta. Mi riferisco, per esempio, all'ultima edizione del Festival di Sanremo, rispetto alle numerose segnalazioni riguardanti la violazione del testo unico dei servizi.

C'è poi il tema della *par condicio*, che credo sia pregnante e importante. Per quanto riguarda la disciplina in materia, le novità legislative europee sulla libertà dei *media*, tra cui DSA, EMFA e *political advertising*, disciplineranno questo tema per la prima volta a livello europeo. Ciò naturalmente avrà ricadute su tutti gli Stati, superando il *gap* tra vecchi e nuovi *media*.

Alla luce di questi atti, ritiene che il modello della legge n. 28 del 2000 debba essere aggiornato, così come le disposizioni contenute nella legge n. 150 del 2000, che disciplina la comunicazione delle pubbliche amministrazioni?

Sul contratto di servizio ha già specificato alcuni passaggi importanti, chiedendo magari anche dei riscontri, perché tale aspetto diventa particolarmente pregnante. In linea di massima, vorrei sapere cosa si aspetta l'Agcom dal nuovo contratto di servizio e qual è la vera evoluzione di una TV al servizio del Paese e dei cittadini che pagano il canone. Lei sa bene che siamo tra coloro i quali propongono che il canone venga abolito nei prossimi cinque anni, perché non è giusto imporre un canone ai cittadini. Questo è completamente fuorviante rispetto alla libertà di informazione.

Poi c'è il tema del *refarming* delle frequenze della televisione digitale terrestre, completato nello scorso anno, a seguito del quale, tra l'altro, l'Autorità ha anche emanato il nuovo piano per la radiofonia digitale, il DAB. Sono stati segnalati, sia dal lato degli operatori sia da quello degli utenti, disservizi nella fruizione della televisione e della radio digitali. Sappiamo che tali disservizi sono stati segnalati a noi, ma anche a voi. Chiedo quindi quali azioni l'AGCOM ha effettuato o intende effettuare prossimamente per risolvere questi problemi.

Ancora, vi è il tema della *prominence*. La delibera n. 14/23/CONS ha avviato la consultazione pubblica sulla *prominence*. Chiedo dunque come sta rispondendo oggi il mercato rispetto alle proposte di valorizzazione della RAI e naturalmente degli altri *broadcaster* che promuovono servizi di interesse generale.

ROSSO (*FI-BP-PPE*). Signor Presidente, ringrazio il presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, dottor Lasorella, la cui relazione ha toccato tutti i punti importanti. Ho solo alcune domande.

La questione relativa agli obiettivi misurabili ci vede perfettamente d'accordo e le chiedo, dunque, se può spiegarci meglio come ritiene che questi obiettivi siano misurabili. Dopodiché, siamo d'accordissimo sull'idea di incontrarci una volta all'anno oppure ogni sei mesi per valutare questi obiettivi. Ovviamente, però, se non c'è una gradazione degli obiettivi, il compito diventa difficile ed è la situazione cui siamo andati incontro negli ultimi anni.

Il mondo è cambiato e, giustamente, è cambiato anche il modo di fruire della televisione. È quindi giusto parlare di *streaming* e di qualità dello *streaming*, così come è giusto utilizzare il passaggio già utilizzato su DAZN per chiedere lo stesso anche alla RAI.

Il tema su cui mi trovo un po' più in difficoltà è quello del pluralismo, perché il pluralismo non è solo *par condicio*, non c'è solo nel periodo elettorale e non è solo nel misurare i minutaggi. Lo dico essendo stato presidente di un Corecom: quindi, posso dire che lo abbiamo misurato. Nell'attuale, nonché scaduto, contratto di servizio si parlava, nei punti fondamentali, non solo di pluralismo, ma di contraddittorio, riferito non solo alla parte elettorale, ma a tutto il servizio RAI.

Su questo tema ci sono un po' di difficoltà. Mi permetto di dirlo, perché per cinque mesi la Commissione di vigilanza RAI non è stata attiva e, dunque, ci sono alcuni eventi del recente passato da citare. Mi

riferisco a trasmissioni di grande rilievo, come il Festival di Sanremo, il concerto del Primo maggio, fino ad arrivare ad alcuni episodi su cui abbiamo anche presentato un'interrogazione, insieme ai colleghi del centro-destra.

Si sta diffondendo questo metodo stile Hyde Park, per cui salgo sul palchetto, dico tutto quello che penso e nessuno mi può contraddire. L'ultimo episodio lo abbiamo visto nella trasmissione « Quinta dimensione – Il futuro è già qui », in cui si esaltava il cibo sintetico, senza contraddittorio, pur sapendo che in Italia il cibo sintetico è vietato. Quindi vi chiedo se l'AGCOM, per garantire pluralismo e contraddittorio, abbia in progetto qualche tipo di iniziativa.

Ancora, nella parte dedicata alla trasparenza si parla della contabilità separata, ma se ne parla come se fosse cosa *in itinere*, come se fosse misura che in questo contratto di servizio dovrà essere implementata. Se non ricordo male, però, all'articolo 21 del contratto di servizio scaduto, la separazione era già implementata in maniera molto chiara. Quindi, visto che mi sembra un anno fa sia stata individuata la società di revisione, per verificare che nei conti della RAI vengano differenziate le spese legate alle entrate del canone dalle altre entrate, le chiedo se il fatto che ne parliate come di un *work in progress* derivi dal fatto che la società di revisione ha magari rilevato che questa separazione non avviene ancora in maniera chiara.

Parlando del Festival di Sanremo, mi sembra che ci siano 12 violazioni, che sono state oggetto di approfondimento: personalmente, non sono appassionato di questo tema. Mi piacerebbe, però, capire se esiste un metodo, nel momento in cui vengono irrogate le sanzioni, per verificare che, per le sanzioni che la RAI deve pagare, siano utilizzati i proventi derivanti dalla parte pubblicitaria e non il canone. Saremmo veramente al ridicolo, qualora venissero irrogate delle sanzioni alla RAI, che poi vengono pagate con i soldi dei cittadini. Queste sono le mie domande e rivolgo i complimenti al nostro audit.

LUPI (*NM(N-C-U-I)-M*). Signor Presidente, tengo a fare una riflessione e una domanda al presidente Lasorella, che ringrazio per la relazione, che ha toccato diversi punti, affermando anche che dobbiamo guardare al futuro e non più al passato. Siamo abituati a ragionare con schemi ormai vecchi: mi piacerebbe molto capire e approfondire questo tema, perché condiziona anche il nuovo contratto di servizio.

È evidente che la prima preoccupazione riguardante il pluralismo, che ognuno di noi ha, è di tipo quantitativo ed è una preoccupazione legittima. È una preoccupazione legata ai media tradizionali che abbiamo davanti. Se, però, si evolve il costume, vediamo che la quantità vale sempre meno della qualità.

Contemporaneamente c'è un grande tema, che credo stia a cuore a tutti, riferito al pluralismo, rappresentato dal Parlamento. Il Parlamento, con i suoi Gruppi parlamentari, rappresenta infatti il pluralismo del Paese

e questa è la ragione per cui esistono una Commissione parlamentare di vigilanza, un'*Authority* e un rapporto sul servizio pubblico.

Vi è, però, anche un grande pluralismo culturale, perché l'Italia continuerà ad essere costituita, nel futuro, da una pluralità di culture che hanno reso grande il nostro Paese. Pensiamo alle nuove sfide che abbiamo di fronte, come l'intelligenza artificiale. Ci preoccupiamo del pluralismo quantitativo e poi magari tutti utilizzeranno l'intelligenza artificiale per realizzare i servizi. Si pensi anche al tema dell'educazione alimentare, ai grandi temi etici del futuro del Paese e ai modelli esistenti.

La mia domanda è esattamente questa: l'*Authority* e, in parallelo, la Commissione parlamentare di vigilanza, nell'ambito del parere loro spettante sul contratto di servizio che il Governo sta concludendo con la RAI, come servizio pubblico, si stanno attrezzando per andare incontro a queste nuove sfide, con strumenti nuovi, che sono imponderabili?

Se oggi c'è un modo con cui l'*Authority* può aiutare il Parlamento in questo compito, è proprio esercitando la sua funzione di controllo puntuale, ma anche aiutandoci con l'innovazione, la ricerca, il dialogo con le università e l'acquisizione di modelli per il futuro, anche da altri Paesi che magari sono andati più avanti, per capire quali sono queste nuove sfide e quali strumenti possiamo avere a disposizione. Altrimenti, navighiamo in mare aperto e saremo travolti da queste novità. Non possiamo opporci al futuro, ma possiamo governarlo, cioè possiamo determinarlo.

La seconda parte della domanda riguarda il tema, non solo del pluralismo culturale e politico, ma anche quello delle *fake news*. Abbiamo visto infatti come i nuovi *media*, l'informazione e la formazione, vengano condizionati dalle notizie false e dalla continua ripetizione di alcune questioni. Fino ad oggi avevamo una garanzia, data proprio dal servizio, cioè dal telegiornale e dal servizio giornalistico, con la trasmissione puntuale della notizia.

Nel momento in cui ci affacciamo ai nuovi media e gli stessi strumenti tradizionali si affacciano ai nuovi media, quello dell'informazione corretta e della possibilità di accedervi rappresenta certamente un altro tema fondamentale.

Proprio perché questa è una prima audizione, credo che il lavoro di collaborazione tra la Commissione parlamentare di vigilanza, la Presidente, i Gruppi che qui sono rappresentati da autorevoli colleghi e l'AGCOM possa e debba essere su questo livello.

NICITA (*PD-IDP*). Signor Presidente, ringrazio il nostro audito per la sua esaustiva relazione, da cui traggio alcune questioni. In primo luogo è vero che, se guardiamo alla legge n. 28 del 2000, alla nascita del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR) e al modo in cui ormai si distribuisce l'informazione, sia sotto il profilo attivo che sotto il profilo passivo, cambia il mondo rispetto alla presenza dell'informazione televisiva.

È vero che da diverse parti si osserva, e personalmente io condivido, che in realtà proprio il caos informativo offre un ruolo in più al servizio

pubblico, anziché un ruolo in meno; nel senso che la qualità dell'informazione, soprattutto quella sostenuta anche attraverso forme di spesa pubblica, serve a garantire un presidio di qualità, che non è detto che ci sarebbe a prescindere in un mondo di caos informativo.

Questo è un punto molto importante, anche sotto il profilo del pluralismo, perché ci fa tornare indietro rispetto a un'illusione che abbiamo avuto, soprattutto intorno agli anni Ottanta, in forza della quale il pluralismo, di fatto, era garantito semplicemente attraverso la concorrenza delle fonti informative. Quindi, più concorrenza delle fonti c'era, più pluralismo c'era. In un certo senso, il *web* ha portato questo concetto alle estreme conseguenze, ma generando anche caos informativo.

Questo aspetto è importante sottolinearlo, perché ribadisce la specificità del contratto di servizio, del ruolo del servizio pubblico e anche del suo finanziamento. In questo dissenso dal collega intervenuto in precedenza, perché ritengo che tale finanziamento debba restare pubblico, proprio perché svolge la funzione di produrre un bene pubblico, rispetto al quale tutti dobbiamo essere fruitori, ma anche contributori.

Detto questo, il tema specifico su cui, giustamente, si è concentrato il nostro audit riguarda il contratto di servizio. Tra i punti molto importanti che sono stati sollevati, uno è il tema della misurazione in generale degli obblighi, quantitativi e qualitativi; l'altro è il tema del presidio di controllo e sanzionatorio. Su questo, effettivamente, nel corso del tempo c'è stata un'ambiguità, nella triangolazione, fra i compiti dell'Autorità, i compiti del Ministero e anche quelli della Commissione parlamentare che, per l'appunto, si chiama di vigilanza.

Da questo punto di vista, sarebbe interessante capire come possiamo progredire, perché questa parte, in effetti, nell'evoluzione del testo unico dei servizi di media audiovisivi (TUSMA), non è stata toccata. Abbiamo quindi dei compiti, che assegna il TUSMA, e il contratto di servizio che definisce, in qualche modo, degli obblighi. Noi dobbiamo sapere con certezza chi è chiamato a svolgerli e in quali tempi.

Il punto riguardante il pluralismo è il più complicato. Sappiamo che l'articolo 6 del TUSMA stabilisce correttezza e completezza dell'informazione, pluralità dei punti di vista e, per citare quello che diceva prima l'onorevole Lupi, anche il contrasto alla disinformazione, che è un tema che, in particolare, nel nuovo contratto di servizio è citato all'articolo 25.

In effetti, sarebbe interessante capire come tale principio è stato realizzato, dal momento che noi abbiamo un'impostazione legata al diritto di informare, al diritto di informarsi, al diritto di essere informati, secondo la giurisprudenza della Corte costituzionale. Ora abbiamo, però, forse anche un diritto a non essere disinformati, a contrastare la disinformazione: diritto che, peraltro, rientra tra i principi nuovi introdotti dall'articolo 4 del TUSMA.

La domanda che le faccio è: come possiamo fare qualche passo avanti rispetto alla misurazione qualitativa? È stato già chiesto da diversi soggetti. Personalmente, aggiungo che l'articolo 6 dice che questa correttezza e completezza dell'informazione devono essere garantite affinché il

fruitore, utente e cittadino, possa formarsi una propria autonoma opinione sulle diverse istanze che vengono proposte. Questo ha a che fare con il tema del pluralismo e certamente ha a che fare con il tema del contraddittorio.

Rivolgendomi in particolare al collega Rosso, dico: attenzione, però, perché questa è la tipica buccia di banana sulla quale, nel passato, in altri Paesi è caduta tutta una impostazione, quella di pensare che, su ogni argomento connesso alla libertà di espressione, ci debba essere il contraddittorio. Negli Stati Uniti, proprio la presidenza Reagan intervenne per cambiare questa nozione di pluralismo, attraverso l'equivalente americana dell'Agcom, sostenendo che, in realtà, imporre il contraddittorio sempre, per qualunque tipo di argomento, finiva per limitare, anziché aumentare, la libertà di espressione.

La mia domanda su questo punto è: come possiamo fare, da un punto di vista qualitativo, anche guardando alle esperienze internazionali, per compiere qualche progresso e trovare degli strumenti condivisi da tutte le diverse forze politiche?

Sulla questione della *par condicio*, ai sensi della legge n. 28 del 2000, pongo una domanda particolare, riguardante in realtà un lungo dibattito che poi si è interrotto nel 2015. Anche a seguito di due sentenze della Corte costituzionale su passate decisioni dell'Agcom, era intervenuta una precisazione sul fatto che, nel periodo non elettorale, non vi era un regolamento condiviso tra l'Agcom e la Commissione parlamentare di vigilanza. A mia memoria, vi furono discussioni in merito nelle passate legislature, ma non si produsse nulla.

In particolare la nostra forza politica ha potuto osservare che, in questi mesi di assenza della Commissione di vigilanza, anche quantitativamente, pur con tutti i limiti di una misurazione quantitativa, la presenza del Governo nei telegiornali della RAI ha superato il 40 per cento: sia in base alle misurazioni fatte dall'Osservatorio di Pavia, sia nelle misurazioni fatte dalla società cui si rivolge l'Agcom.

Pertanto, riteniamo che in qualche misura sia necessario intervenire, anche perché l'articolo 6 del contratto di servizio non distingue tra periodi elettorali e periodi non elettorali. Riteniamo, quindi, che sulla questione del pluralismo e della sua misurazione sia possibile fare dei passi avanti anche da parte di questa Commissione, con un regolamento condiviso per il periodo non elettorale, quindi per un periodo che precede quello espressamente sancito dalla legge n. 28 del 2000.

Allo stesso tempo, le chiedo, per quanto questo esuli dal contratto di servizio specifico, se lei non ritenga che altre forme di *governance*, come quelle, ad esempio, sulle quali si è evoluto il sistema britannico, non siano più capaci di garantire autonomia di gestione al servizio pubblico, rispetto al disegno attuale che osserviamo in Italia.

CAROTENUTO (M5S). Signor Presidente, anche noi siamo molto preoccupati per quanto riguarda lo stato di salute del pluralismo dell'informazione nel nostro Paese. Peraltro, temiamo che con la nuova gover-

nance la situazione possa persino peggiorare. I dati di presenza del Governo, come sentivo dire dal collega che mi ha preceduto, vanno ben oltre il principio dei terzi, un principio che, di per sé, noi sentiamo anche di contestare. Dal nostro punto di vista, infatti, in una democrazia veramente matura la minoranza ha bisogno di più di un terzo del tempo, quindi di uno spazio che vada almeno a pareggiare quello di chi ha la maggioranza ed è al Governo.

Peraltro, come sentivo dire da lei come anche dai colleghi Commissari, in realtà a noi preoccupa, al di là dell'aspetto quantitativo, anche l'aspetto qualitativo. I dati quantitativi, infatti, generalmente sono solamente la punta dell'*iceberg*, dietro cui si nascondono differenze ancora maggiori laddove sia il caso di programmi di approfondimento non prettamente politico, con ospiti non politici.

Mi domando quale sia la situazione, dal suo punto di vista, rispetto a quello che avete trovato e a quello che avete fatto nel periodo della sua Presidenza. Di fronte a dati evidenti, avete bisogno di un esposto o agite anche d'ufficio? Chiaramente, qui parliamo di RAI, ma i dati di cui disponiamo sulle televisioni private per quanto ci riguarda sono inquietanti.

Lascio solamente un dato: il PD, nel primo trimestre di quest'anno, ha avuto, come tempo di parola nelle principali edizioni dei telegiornali Mediaset, quattro ore; il MoVimento Cinque Stelle, 55 minuti. È un dato assolutamente sperequato e mi domando: in questi casi che cosa si fa? C'è bisogno di un esposto o Agcom agisce d'ufficio?

Ancora, di quali strumenti normativi ha bisogno Agcom per risolvere il problema del pluralismo una volta per tutte? Non possiamo, infatti, stare qui ogni volta, ogni anno, a ripetere sempre le stesse cose. Diventa un teatrino e, francamente, il Paese ha bisogno di ben altro.

FILINI (*FDI*). Signor Presidente, ringrazio il presidente Lasorella per la disponibilità e per la relazione. Tornando alla questione Sanremo, è stato iniziato un procedimento sanzionatorio da parte di Agcom nei confronti dell'azienda, in relazione a eventuali supposti episodi di pubblicità occulta, su una nota piattaforma *social*, e per il comportamento, che sarebbe stato per alcuni lesivo della dignità umana, di un artista esibitosi durante la *kermesse*.

A seguito di questo procedimento, potrebbero arrivare delle sanzioni anche abbastanza importanti nei confronti dell'azienda. Quindi, le volevo chiedere se l'azienda abbia fatto delle contro osservazioni a quanto è stato promosso e, se le ha fatte, quali sono state.

SBARDELLA (*FDI*). Signor Presidente, ricollegandomi proprio all'intervento del collega Filini, volevo capire perché l'Agcom abbia ritenuto infondata la richiesta di apertura dell'istruttoria sull'episodio del bacio tra Fedez e Rosa Chemical, proprio in virtù della normativa a tutela dei minori, che tutti i *broadcaster* dovrebbero rispettare e in particolar modo la RAI in quanto titolare del servizio pubblico.

GASPARRI (*FI-BP-PPE*). Signor Presidente, voglio sollecitare il presidente di Agcom sulla questione dei diritti RAI, già accennata da qualche collega. Volevo sollecitare anche io la questione di Sanremo, sull'uso eventuale di immagini del *backstage*. Volevo appunto sapere quali sono state le decisioni prese.

GRAZIANO (*PD-IDP*). Signor Presidente, ringrazio il dottor Lasorella per la relazione abbastanza puntuale, che è andata oltre il tema di Sanremo che, in realtà, ha fatto il 70 per cento di *share* e ha portato molti introiti da pubblicità alla Rai.

Detto ciò, la questione di fondo che vorrei porre al dottor Lasorella riguarda un punto a mio avviso importante. Lei che valutazione dà della legge sulla *governance* in questi anni? Abbiamo bisogno di cambiarla? Soprattutto, le chiedo se, sul piano delle condizioni europee, vi siano esempi di *governance* funzionanti in un determinato modo e sui quali possiamo riprendere questa azione. A mio giudizio, anche come Commissione di vigilanza, forse un panorama sul piano europeo sarebbe utile farlo.

Soprattutto, chiedo quale sia il modello che l'Autorità ritiene utile per realizzare le condizioni per l'applicazione del contratto di servizio. Lei ha parlato, oggettivamente, del tema fondante dell'audizione. Quella è una condizione a mio avviso importante.

Chiedo anche una sua opinione, come Autorità, sul punto della misurazione, visto che lei ha una posizione privilegiata. Oltre che sul principio della qualità e della quantità, che mi pare tutti i colleghi abbiano inteso, rispetto a come sia possibile e in che modo fare la misurazione, chiedo soprattutto se ella abbia un'opinione sulla vicenda riguardante il sostegno economico della RAI.

È chiaro, infatti, che il fatto che il canone ci sia o non ci sia non è irrilevante dentro il sistema RAI e del pluralismo radiotelevisivo, soprattutto all'interno del Paese. Se il canone non c'è, ciò ovviamente significa che si vuole, a mio avviso, ammazzare la RAI. Oltre due terzi del bilancio sono dati sostanzialmente dal canone, al di là della contabilità separata, che rappresenta una valutazione molto tecnica dentro un'operazione che invece è politica. Chiedo, infine, se ritiene di dovere anche sostenere la tesi oppure no della modalità con la quale si eroga in qualche modo il canone.

PRESIDENTE. Ha ora la parola, per rispondere ai quesiti posti, il dottor Lasorella.

LASORELLA. Signor Presidente, innanzitutto vorrei ringraziare tutti coloro che sono intervenuti, per l'attenzione alle tematiche di competenza dell'Autorità e anche per l'approfondimento e la competenza con la quale avete guardato alle varie questioni, che, per parte nostra, cerchiamo di affrontare.

Vorrei fare una premessa di metodo. Noi siamo un organo collegiale e tendenzialmente tendiamo a parlare per atti. Ovviamente io sono qui a

rappresentare l'Autorità, ma le decisioni sono quelle assunte dal Collegio. Pertanto, io non vengo a esprimere opinioni personali. Con questa premessa generale, affronto le osservazioni che sono state svolte.

Sul tema, molto importante, dei *key performance indicator*, essendo qui presenti autorevoli economisti, sapete meglio di me che l'obiettivo di questi indicatori, sostanzialmente, è cercare di andare nel dettaglio delle quantità, in modo tale da arrivare quanto più possibile poi alla qualità. La misurazione di indicatori qualitativi, apparentemente, è quasi una contraddizione in termini, perché gli indicatori non possono che essere quantitativi.

Faccio un esempio tratto dallo scorso contratto di servizio. Nello scorso contratto di servizio era scritto che bisognava fare il canale in lingua inglese. Non vi era, però, nessun percorso che indicasse quando questo doveva essere fatto. Un indicatore poteva essere che, entro il primo anno, bisognava coprire un certo bacino di territorio; un altro poteva riguardare i programmi a tutela dei minori, nel senso che bisognava realizzare una certa quantità di programmi a tutela dei minori.

Ancorare, dunque, delle prescrizioni di carattere generale a delle misurazioni quantitative e poi andare nel dettaglio, valutando, sui singoli aspetti, quanti più indicatori inserire, in modo tale da arrivare dal dato quantitativo al dato qualitativo. Questa è la filosofia complessiva della misurazione di questo tipo di indicatori.

Sulla pubblicità occulta, rispetto alla vicenda Sanremo mi trovo a dover fare anche qui una precisazione di metodo. Noi abbiamo, sì, aperto un procedimento per quanto riguarda la questione della pubblicità occulta. Noi siamo un'Autorità amministrativa indipendente, che agisce in base a un procedimento. Abbiamo fatto delle contestazioni alla Rai, che sta rispondendo.

I nostri uffici stanno esaminando queste contestazioni e poi ci proporranno un'ipotesi di lavoro, che il Consiglio approfondirà e valuterà. Sinceramente, in questo momento io non mi sento di anticipare valutazioni che non sono state ancora fatte dal Consiglio e sono ancora in una fase istruttoria. Poi, ovviamente i nostri atti sono motivati e tutte le deliberazioni che sono state assunte hanno questo tipo di motivazione.

Sulla *par condicio* e sul tema del *web*, nel *web* evidentemente non si può andare col bilancino. Che cosa sta facendo l'Europa, che un po' si sta muovendo in questa direzione? Innanzitutto, cercare di rendere quanto più possibile riconoscibili i messaggi. Come diceva l'onorevole Lupi, il grande problema, in relazione alla disinformazione, è di rendere in qualche misura riconoscibile il messaggio di pubblicità rispetto all'opinione.

I due corni sono questi. Da un lato, la trasparenza: trasparenza dei messaggi e trasparenza delle scelte di priorità, fatte sostanzialmente dagli algoritmi. Quindi, essenzialmente, trasparenza delle scelte algoritmiche. In secondo luogo, valorizzazione del giornalismo di qualità.

Non è un tema di interesse della Commissione di vigilanza, ma noi abbiamo cercato di attuare uno degli aspetti fondamentali della direttiva sul *copyright*, quello riguardante il rapporto tra piattaforme e giornali, fis-

sando una regola di ripartizione delle risorse. Il criterio è che, se tutte le risorse dei giornali vengono in qualche modo assorbite da chi distribuisce la pubblicità e distribuisce *gratis* il contenuto, questi giornali non avranno la linfa per proseguire e fare informazione di qualità.

Questo tipo di regolazione, che è per un settore limitato, noi abbiamo provato a farla in relazione al rapporto tra piattaforme e giornali. In Europa, lo *European media freedom act* e il progetto di legge sulla trasparenza della pubblicità elettorale si muovono in questa direzione: da un lato, rendere trasparenti i messaggi di propaganda e di pubblicità politica; dall'altro, valorizzare il giornalismo di qualità.

In questo senso, anche il codice delle buone pratiche sulla disinformazione, che è stato elaborato ed aggiornato rispetto al precedente codice, introduce proprio quei KPI di cui parlavamo prima. Sostanzialmente, sulla rete esiste anche un tema di rapporto tra aspetti qualitativi e aspetti quantitativi. Molto spesso, questi indici di *performances* riguardano anche la qualità dei soggetti che diffondono informazioni, riguardo, per esempio, la possibilità di verificare che questi soggetti siano persone fisiche e non siano a loro volta BOT algoritmici che diffondono impropriamente dei messaggi.

Penso che nessuno, su questa materia, abbia la ricetta definitiva o possa tirar fuori la soluzione dal cilindro, ma ci sono una pluralità di interventi che mirano a contenere in qualche modo il fenomeno e ad affrontarlo.

Per quanto riguarda il tema della contabilità separata, sollevata dal senatore Rosso, le linee guida stabilite dal Consiglio dei ministri fanno riferimento all'attuale contabilità separata. Quindi, da questo punto di vista, non ci saranno novità. Il quadro su cui si lavora oggi è la contabilità separata adottata vigente finora. Noi avevamo già, in qualche modo, lanciato un'ipotesi di sviluppo ulteriore, ma sembra che il quadro sia quello consolidato.

Torno ancora al tema della *par condicio* per quanto riguarda i periodi non elettorali. Qui c'è da fare un chiarimento di fondo. Ovviamente, nei periodi non elettorali, il dato di fondo è la libertà editoriale delle emittenti, perché noi viviamo in un sistema di audiovisivo dove la filosofia, quella enunciata dalla Corte costituzionale, è quella della libertà della manifestazione del pensiero dei vari soggetti che operano nel settore.

Che cosa monitoriamo noi? Noi monitoriamo essenzialmente le presenze all'interno dei telegiornali e le monitoriamo su una base essenzialmente trimestrale. Mentre, per quanto riguarda le campagne elettorali, il monitoraggio è settimanale, puntuale e mirato, perché lì c'è evidentemente l'esigenza di un bilanciamento immediato e diretto, sulle fasi non di campagna elettorale, il monitoraggio è trimestrale e, in qualche misura, deve inevitabilmente tener conto dell'attualità politica rispetto alle quali si realizzano le notizie.

Quindi, è chiaro che, se in un certo momento c'è una maggiore attenzione a certi dati o a certi eventi politici, questo in qualche misura condiziona anche l'agenda editoriale delle varie emittenti.

Noi facciamo questo monitoraggio agendo anche su esposti, ove vi siano, ma ovviamente agiamo anche in relazione a specifiche segnalazioni. Quindi, se vi sono specifiche segnalazioni, posso assicurare che le prendiamo in grande considerazione, con la massima attenzione.

PRESIDENTE. Nel ringraziare il presidente Lasorella e l'Agcom, ribadisco che, ove ci sarà necessità di chiedere ulteriori approfondimenti, ci permetteremo di disturbarla.

Mi auguro che, oltre a questa audizione, avremo modo di vederci anche in altri momenti, per poter lavorare in sinergia, come è opportuno che sia per tutelare il servizio pubblico. Dichiaro pertanto conclusa la procedura informativa.

I lavori terminano alle ore 17,15.

