



**INFOCIVICA**  
gruppo di Amalfi

**OBIETTIVO 2016: LE NUOVE RESPONSABILITA' DEL  
SERVIZIO PUBBLICO NEL SISTEMA DELLE COMUNICAZIONI**

Roma, Senato della Repubblica

Biblioteca del Senato "Giovanni Spadolini"  
Sala degli atti parlamentari

Piazza della Minerva 38,  
ore 9.30-13.30

9.30 *Apertura dei lavori*

## **Dichiarazione di Infocivica: Trasformare la Rai da Broadcaster a Media Company, creare un servizio pubblico di trasporto, garantire l'accesso universale alla rete**

Introduce e modera **Giampiero Gramaglia**

TV: verso l'IP - I nuovi scenari e i nuovi attori delle comunicazioni - **Erik Lambert**

Servizio pubblico e responsabilità pubblica nell'era della centralità della Rete: la proposta di Infocivica - **Massimo de Angelis**

Per un nuovo fondamentale indirizzo del Parlamento sull'intero sistema delle comunicazioni e per una riforma dell'Art.21 della Costituzione - **Bruno Somalvico**

La media company come Hub e centro di ascolto e interazione con i cittadini - **Gianni Bellisario**

La media company come grande volano economico per l'intero sistema - **Piero De Chiara**

Servizio pubblico di trasporto dal broadcast alle reti ultrabroadband: separazione verticale e regole - **Antonio Sassano**

Informazione nella rete: credibilità e certificazione della notizia - **Andrea Melodia**

Le sfide per i servizi pubblici in Europa impegnati nella trasformazione da broadcaster radiotelevisivi a Public Service Media e le proposte dell'Union e Europea di Radiodiffusione (EBU-UER) - **Giacomo Mazzone**

## **Le nuove responsabilità del servizio pubblico nell'epoca del web: mission, regole e indirizzi.**

Tavola rotonda coordinata da Carlo Rognoni con Luigi Zanda, Paolo Romani e Alberto Airola

13.30 *Chiusura lavori*



DICHIARAZIONE RIFONDATIVA  
DI INFOCIVICA

**Per una responsabilità pubblica  
nelle comunicazioni dell'era digitale**

Roma - Torino  
settembre, ottobre 2014

**Premessa.** Questo documento vuole esporre le principali motivazioni dell'azione di Infocivica nell'attuale stagione; e il nucleo fondamentale della sua proposta per il futuro del mondo delle comunicazioni nel nostro Paese. Non si intende quindi fornire un documento sistematico e analiticamente esauriente. E' questa una dichiarazione che ha l'ambizione di fornire l'impulso a un intervento strutturale in un campo fondamentale per la vita civile, sociale e anche economica del Paese.

### *1. Il mondo è cambiato, è necessario pensarlo.*

Negli ultimi 20 anni sono turbinosamente cambiate tutte le forme dell'agire e interagire umano. A stento possiamo rappresentarci il cambiamento che ha investito stili di vita e aspettative, mondo del lavoro e finanziario, universo della politica. Questo mondo non è stato ancora **pensato**. Perciò non è stato nemmeno **organizzato**. La tecnologia è andata molto più rapidamente del nostro pensiero e della nostra capacità organizzativa. Si tratta di una rivoluzione probabilmente più importante di quella avviata da Gutenberg e della quale noi cogliamo ancora solo gli effetti iniziali. Una rivoluzione che due vocaboli esprimono meglio di ogni altro: **Internet** e **comunicazione digitale**. E' oramai da tutti riconosciuto che il *web* e più in generale la comunicazione digitale sarà il veicolo, costituirà l'*agorà*, il cuore pulsante non solo di ogni contenuto informativo ma sempre più di ogni interagire formativo, lavorativo, economico-finanziario, politico. Per non parlare di ambiti quali sicurezza e armamenti. Enormi sono dunque le potenzialità e anche i rischi: nuove uguaglianze e disuguaglianze, libertà e forme di dominio, inclusioni ed esclusioni, spinte all'omologazione e alla manipolazione ma forse anche a inedite forme di creatività. Fino a una nuova creatività condivisa e interattiva.

### *2. Governare il cambiamento.*

Il nuovo mondo del web e del digitale è sempre di più al centro della vita democratica. Non solo come imprescindibile mezzo d'informazione e comunicazione ma anche come mezzo per l'azione, il controllo, la mobilitazione e la decisione politica. Facciamo esempi disparati e immaginiamone i possibili sviluppi futuri: Breivik e Assange, il mondo dell'*e-cloud* e delle gigantesche banche dati, Grillo e la cosiddetta democrazia della rete. Se ha un senso e ha forza il discorso sulla rottamazione di classi dirigenti e politiche esso in fondo ce l'ha anche e forse in primo luogo in relazione a questo sviluppo che rende più idonee a certi ruoli di direzione e decisione generazioni di nativi o semi-nativi digitali e obsolete le generazioni precedenti. Tutto ciò però a una condizione: che tali generazioni non cadano nell'errore fatale di pensare che questo mondo sia destinato a sviluppare le proprie potenzialità in modo spontaneo. Se le generazioni più anziane possono cadere nella tentazione apocalittica, le più giovani possono cadere nell'ingenuità di immaginare il mondo digitale come un mondo naturale e neutrale: cosa che esso non è. Bisogna affermare con chiarezza che, con l'ampliarsi della potenza tecnologica, anche e forse soprattutto nel campo della comunicazione, i **doveri di sorveglianza, regolazione e indirizzo della società e della politica non scemano**; ché anzi doveri e responsabilità di quest'ultima aumentano enormemente. E che enormi possono essere (in qualche misura già sono) i danni di una politica debole. Grande è il cambiamento, grandi devono essere le capacità di comprenderlo, gestirlo e governarlo.

### 3. *Comunicare: un diritto oggi fondamentale.*

Tutto ciò che abbiamo detto induce a porre con decisione il tema di una **nuova responsabilità pubblica** nel mondo delle comunicazioni nell'epoca del digitale. Infocivica ritiene a tal proposito di proporre una definizione di tale responsabilità nella Carta Costituzionale. Come è noto la Costituzione già afferma nell'articolo 21 del Titolo I che "tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione". E' un principio di libertà adeguatamente definito in rapporto alla stampa. Questo era adeguato a una realtà agricolo-industriale o anche industriale quale quella del nostro Paese sino agli anni Ottanta. Ma corrisponde assai meno a una realtà come quella della società dell'informazione nella quale viviamo. In essa, nella realtà di una comunicazione di tutti verso tutti, non è solo la libertà di espressione ma il poter comunicare in entrata e in uscita a diventare un diritto. Un diritto fondamentale analogamente a quello all'istruzione e alla salute. E come tale esso andrebbe fissato nella Carta fondamentale. E allora come per rapporto alla tutela della salute nella Costituzione si entra nel merito affermando che la Repubblica "garantisce cure gratuite agli indigenti", e altrettanto si fa quando, parlando dell'istruzione, si afferma che si istituiscono "scuole statali per tutti gli ordini e gradi", qualcosa di analogo Infocivica ritiene debba essere introdotto nella Carta a proposito del **diritto alla comunicazione garantendo l'accesso alla Rete gratuito e universale.**

### 4. *Responsabilità e regolazione pubblica.*

Il *web* è nato all'insegna della condivisione e della *net neutrality*. E' questo un dato enormemente positivo che non è lecito trascurare. Un dato di libertà e di uguaglianza. Del pari, però, non è lecito trascurare che questo sistema di libertà, lasciato a sé stesso, produce disuguaglianze, posizioni dominanti, arricchimenti, violazioni di altre libertà e persino di sicurezze. E' necessaria dunque una efficace **regolazione pubblica** di tutta la materia. Citiamo le questioni principali: a) regolare l'attività dei *carrier (gestori di rete)* e dei provider (gestori di hub/piattaforme) e delle loro relazioni con fornitori ed editori di contenuti; b) definire un equo regime di fiscalità sui profitti derivanti dalla rete; c) controllo su pari opportunità di accesso attivo alla rete; d) certificazione della qualità dell'informazione che transita in rete; e) messa al bando di contenuti violenti o comunque lesivi della dignità della persona con particolare attenzione ai diritti delle minoranze deboli e soprattutto dei minori. f) Tale questione riguarda quella più ampia dell'impatto che i contenuti prodotti da grandi aziende per la rete hanno sulla formazione e informazione verso milioni di cittadini. Può qui parlarsi di una **responsabilità sociale** di tali imprese che va anch'essa regolata e per la quale immaginare un più puntuale intervento da parte di strutture quali l'Agcom. g) Una questione particolarmente delicata, è trovare un punto di equilibrio tra diritti proprietari (musica, parole e immagini) e libertà alla comunicazione in rete. Un aspetto anche economicamente assai rilevante riguarda in proposito la **regolazione degli operatori over-the-top Ott** (con annesso anche qui il tema fiscale) e quello delle economie di scala necessarie per far fronte agli investimenti in nuove e adeguate piattaforme di accesso a tali servizi secondo finalità di servizio pubblico. Più in generale, si tratta di prendere atto del fatto che col digitale non si rivoluziona solo la trasmissione dei contenuti verso una dimensione continentale e globale ma anche la loro produzione e riproducibilità. Questo moltiplica incredibilmente il numero di coloro che, da semplici spettatori, diventano oggi produttori e trasmettitori di immagini e suoni con ampi riflessi di carattere legislativo. I punti qui detti dovrebbero subito entrare a far parte, secondo Infocivica, dell'agenda di governo.

## 5. L'Europa. Per un sistema di regole con un approccio comune per disciplinare l'industria dei contenuti veicolati attraverso internet e sui media tradizionali

E del tutto evidente, però, che una regolazione a base nazionale sarebbe inadeguata e di fatto impossibile di fronte a una realtà quale quella del *web*, che ha dimensione mondiale ed esprime una continua innovazione tecnologica. Decisivo è perciò un **impegno per una regolamentazione** dei punti di cui sopra innanzitutto a **livello dell'Unione Europea**. Regolamentazione che incroci il processo legato all'agenda digitale europea. Che si tratti della revisione della Direttiva Servizi dei Media Audiovisivi o della revisione del diritto d'autore per i servizi on line per l'Italia oggi alla Presidenza del semestre europei, per l'Europa e per la nuova Commissione Juncker che si insedia, è possibile rimettere a zero tutti questi elementi e ripartire su basi nuovi. **Oggi in Europa abbiamo un sistema di regole diverso che si applica ad Internet e al mondo online rispetto a quello che abbiamo per i media tradizionali la radio e per la televisione** Quando navighiamo su una pagina di Google, postiamo un pensiero o una foto su Facebook o cinguettiamo su Twitter, anche se ci troviamo in Europa ci troviamo in un sistema regolamentato dalle leggi americane. Se scriviamo su Facebook "Mi piace Infocivica" il nostro post è regolamentato dalle leggi dello Stato della California. Viceversa se un giornalista della Rai scrive una cosa sbagliata è sottoposto alle leggi italiane alle sanzioni previste in Italia e alle regole previste dall'ordine dei giornalisti. Non abbiamo a che fare con una concorrenza leale essendo palese che qualcuno gioca in un campo e qualcuno in un altro.

Non dobbiamo affatto dare per scontate tutta una serie di cose. In primo luogo pensiamo di aver creato un mercato unico europeo a partire dal 1993 ma non è così. In realtà se guardiamo bene come stanno le cose, abbiamo creato un mercato unico per imprese non europee come Apple che sceglie comodamente il paese in Europa con la legislazione più favorevole in materia di copyright, installando iTunes in Lussemburgo perché in Lussemburgo è più facile fare un accordo collettivo con la società degli autori lussemburghesi comprando i diritti per tutta l'Europa in questo solo Paese. Viceversa una società basata in Europa come la finlandese Nokia prima di essere acquistata dall'americana Microsoft, se voleva fare la stessa cosa di iTunes era costretta ad andare nei 28 Paesi dell'Unione e a negoziare un accordo collettivo nazionale con le 28 società nazionali degli autori ed editori anziché un accordo paneuropeo, perché queste sono le regole europee per le imprese europee. Se Google vuole pagare meno tasse colloca la propria sede europea in Irlanda. Viceversa la Rai non può andarsene in Irlanda perché il diritto fiscale è più conveniente di quello in Italia. Occorre un **sistema di regole completamente diverso che richiede una rivoluzione nel nostro modo di pensare e anche in quello di affrontare queste problematiche da parte delle istituzioni** e in primis da parte della nuova Commissione, per assicurare una concorrenza leale e realizzare un vero mercato unico europeo delle comunicazioni.

Accanto ai sei punti elencati al quarto punto si auspica: h) una costituzionalizzazione della responsabilità pubblica nella futura carta dell'Unione europea; i) un rapido sviluppo dell'azione di concertazione e di coordinamento dei servizi pubblici dell'Unione con lo sviluppo in particolare di Euronews come canale di informazione europea; l) la creazione di una *major* europea della creatività che possa produrre, *fiction*, *format*, documentari e che dia impulso agli audiovisivi nazionali a tutela delle identità culturali nazionali; m) un'energica azione di **solidarietà europea fra i servizi pubblici** per far fronte agli onerosi investimenti necessari per realizzare una piattaforma europea in grado da un lato di disporre di adeguate economie di scala, dall'altro di assicurare un accesso equo e non discriminatorio alla rete autenticamente al servizio della società n) nella prospettiva più lontana si ritiene doveroso sostenere tutte quelle ipotesi miranti a creare uno o più *fornitori di servizi e accesso* europei che pure sono da considerarsi presidio di una libertà e anche di una sicurezza europee.

## 6. 2016, ultima chiamata per il servizio pubblico.

Il servizio pubblico radiotelevisivo, in Italia, è sempre stato identificato da due caratteristiche fondamentali: la produzione di contenuti originali e la capacità di fornire gli stessi a tutti i cittadini unitamente ad altri contenuti selezionati tra quelli disponibili sul mercato audiovisivo. Anche nell'era delle reti digitali non avrebbe senso un servizio pubblico che si preoccupasse delle modalità distributive e del rapporto interattivo con i cittadini senza contemporaneamente offrire contenuti autoprodotti che si distinguano per qualità e per coerenza con la mission pubblica. Ma deve andare oltre queste funzioni Il **Servizio Pubblico crossmediale delle comunicazioni** deve garantire l'accesso, fornire assistenza personalizzata per la navigazione tra i contenuti e servizi disponibili e garantire attraverso la produzione la disponibilità di contenuti di qualità nell'informazione, nell'area educativa e formativa ed in quella dell'intrattenimento.

Centrale per il servizio pubblico crossmediale delle comunicazioni rimane la questione dell'**accesso diretto dei propri contenuti agli utenti finali**, ovvero della necessità di creare condizioni effettive per fare in modo che siano destinati agli utenti e da essi effettivamente fruiti e non meramente "depositati" in rete. Mentre nell'offerta lineare del broadcaster il problema non si pone, in rete decisivo rimane il rapporto con l'utente finale ovvero cruciale per l'editore di contenuti pubblici sarà mantenere un canale di dialogo interattivo con i cittadini, fornendo loro una connessione e una **funzione di filtro e di bussola di fronte al *mare magnum* dei contenuti**. Non si tratta di sostituirsi a Google ma di garantire attraverso una grande piattaforma d'accesso realizzata su scala europea secondo principi di solidarietà e di perequazione da tutti i servizi pubblici in tutti i 28 paesi grandi e piccoli dell'Unione europea l'accesso ai propri contenuti da una sorta di posizione intermedia in maniera che l'accesso sia reso effettivo in condizioni chiare, eque e non discriminatorie.

Nel 2016 scade la convenzione ventennale tra Lo Stato italiano e la Rai come concessionaria del servizio pubblico televisivo. E' una scadenza in certo senso provvidenziale, che deve essere vissuta dalla classe dirigente del Paese come occasione per corrispondere a una nuova rilevante necessità nazionale. La stessa crisi finanziaria europea indica che comunque tutti usciremo da questo tempo cambiati nel profondo. Un nuovo sistema delle comunicazioni è una leva essenziale perché l'Italia torni a camminare e anzi a correre. Il rinnovo della convenzione deve essere al centro e può essere il motore di tale ridisegno.

La funzione nazionale della Rai ha conosciuto nella sua storia fasi più brillanti e altre che lo sono state meno. Negli ultimi decenni il suo cammino si è fatto più incerto. La Rai ha, fuor di discussione, moltissimi problemi che originano al suo interno e che al suo interno devono essere affrontati e risolti: problemi economici, di ristrutturazione aziendale, di programmazione e produzione culturale ecc. Ma il fattore essenziale che ha sempre pesato e che mina il prestigio e l'efficienza del servizio pubblico è un fattore esogeno; sta nel comportamento di una classe dirigente in generale e in specifico di una classe politica incapace di mettere a punto e prospettare un ***progetto motivato*** e coerente di servizio pubblico radiotelevisivo.

Questo è oggi necessario. Che la classe dirigente del Paese giunga a definire, in modo condiviso, la ***nuova missione*** di un servizio pubblico non più soltanto radiotelevisivo ma affidato ad una media company in grado di fornire **un servizio pubblico delle comunicazioni crossmediale e interattivo**, ovvero presente su tutte le piattaforme con contenuti sia lineari sia a richiesta, nel contesto di una riorganizzazione del sistema delle comunicazioni nazionali.

In particolare al servizio pubblico si richiede una attenzione speciale ai contenuti trasmessi, attraverso **oculate scelte editoriali nell'ottica di una politica di innovazione e di riposizionamento dell'offerta tradizionale**, radiofonica e televisiva, nel nuovo ambiente digitale. Deva agire da supporto e da regolatore verso l'iniziativa privata di produzione dei

media, attuando nei diversi generi una efficace politica di controllo della qualità. Oltre i pur necessari obiettivi di ascolto fotografati da una rinnovata Auditel, non ci si può fermare alla qualità percepita ma - come ricordava Jacobelli - occorre **garantire la "qualità dovuta" istituzionalmente nei confronti dei cittadini.**

In previsione del 2016 è responsabilità statale reperire un concessionario in grado di soddisfare la nuova missione di servizio pubblico nell'era della centralità della Rete tenendo presente che da un lato la Rai non sarebbe in grado di gestire hardware e software come lo faceva da broadcaster. O il 2016 sarà l'occasione per questa operazione o tale scadenza sarà una grande occasione persa e inevitabilmente il nostro sistema delle comunicazioni entrerà in una irreversibile fase di declino.

## **7. Le trasformazioni necessarie nel servizio pubblico.**

Il carattere globale di Internet impone un cambio di scala e una trasformazione del ruolo del servizio pubblico. Quello che è stato il **broadcast** deve divenire sempre più il catalizzatore e l'**orchestratore di energie che vanno connesse, unite, coordinate.** E' necessario, cioè, partire dalla introiezione del passaggio dal broadcast (comunicazione di uno - o alcuni - verso tutti) a una comunicazione tendenzialmente di tutti verso tutti. Il broadcaster perde così il suo ruolo di guardiano pubblico della sfera comunicativa. D'altra parte esso deve garantire l'accesso alla comunicazione in un mondo nel quale l'accesso è fornito da differenti soggetti, in un gioco ampio, di dimensione globale e di intenzione globale, con moltissimi attori e in un contesto di vorticosa innovazione tecnologica. E' possibile e altresì necessario **ripensare la cultura come cittadinanza sociale comune,** nella fruizione dei beni culturali pensati non come giacimenti da sfruttare ma come patrimonio da valorizzare con la conoscenza e con la fruibilità condivise, grazie alla rete e alle nuove tecnologie interattive in sinergia tra il Miur e il Mibac.

Il Servizio Pubblico può aiutare la comunità nazionale a costruire anche nella rete **un luogo, uno specchio, nel quale essa possa leggersi e interpretarsi,** un luogo in cui sentirsi italiani fra gli italiani, ma anche europei fra gli europei, un luogo in cui tutti e ciascuno si senta rappresentato, in cui nessuno abbia il timore che ci sia chi provvede a deformare lo specchio o a truccare le carte, un luogo finalizzato a una ordinata convivenza. Merito del Servizio Pubblico Radiotelevisivo ai suoi albori fu dare una lingua agli italiani. Oggi, valorizzando pienamente le teche della Rai e rendendole parte integrante di quel patrimonio costituito dagli archivi nazionali promuovendo, sull'onda del successo del modello francese, un grande Istituto nazionale della Memoria Audiovisiva del Paese, il nuovo Servizio Pubblico crossmediale deve dar loro fiducia nel proprio destino di collettività nazionale, anche perché noi italiani siamo forti di una storia straordinaria. A una comunità nazionale non serve solo una comunicazione efficace tra le proprie istituzioni e la cittadinanza. È forse ancor più necessario un luogo in cui depositare la memoria di sé, per raccontarla a se stessa infinite volte, e in forme diverse. Un luogo dal quale attingere quel senso di identità forte che solo permette di affrontare senza paure le sfide dell'incontro con altre culture. Un luogo, in una parola, di libertà, ma anche di memoria e di costruzione delle molteplici identità che sempre più dovremo assumere. Ma noi vogliamo affidare al Servizio pubblico un compito ancor più arduo di quelli finora menzionati. Noi vogliamo chiedergli di contribuire a "fare gli italiani e le italiane", ovvero a costruirci come popolo composto da donne e uomini. Un'opera ardua ma importante, perché vanno cambiati costumi plurimillenni, vanno rimossi stereotipi che hanno radici nella notte dei tempi.

## **8. Il servizio pubblico come Hub, una nuova frontiera editoriale.**

Infocivica è convinta che il Servizio Pubblico possa posizionarsi al centro di questo scenario se si pone l'obiettivo di operare **in una nuova frontiera editoriale** come punto di riferimento e

canale di scorrimento, come **Hub** tra il cittadino, i contenuti e i servizi offerti sia dal Servizio Pubblico stesso, sia da altri soggetti.

Questo posizionamento deve

A) mirare a **informare in modo intelligente e attraverso il dialogo con l'utente** circa tutti i contenuti presenti nel web. E a certificare innanzitutto il carattere di ogni informazione presente. Non secondo il criterio del vero/falso ma secondo quello genealogico dell'origine e dei passaggi di ogni dato. Non si tratta, in tale funzione di sostituirsi ai motori di ricerca e alle grandi banche dati ma di aiutare il pubblico ad usare gli strumenti a disposizione.

B) Il medesimo sistema hub può svolgere una funzione decisiva nel **connettere, tra loro e con i cittadini, le diverse strutture culturali, centrali e locali, di ogni Paese dell'Unione Europeo attraverso una piattaforma unica realizzata con il contributo di tutti i servizi pubblici su scala europea**. E per ottimizzare, in una virtuosa economia di scala, costi e investimenti e offerta di Università, accademie, biblioteche e mediateche, scuole superiori, teatri, musei, enti lirici e conservatori, film commissione e film fund, distretti produttrici della creatività etc.

C) Il dialogo personalizzato con l'utente che è alla base del servizio pubblico trova possibilità, inimmaginabili prima, grazie al *web* e, in particolare, consente una radicale innovazione nella comunicazione istituzionale attraverso una **collaborazione su nuove basi con enti locali e realtà territoriali**.

Va da sé che l'organizzazione di tale posizionamento strategico che costituisce il nocciolo della trasformazione oggi necessaria nell'ambito del servizio pubblico, è impresa impegnativa sia dal punto di vista progettuale che delle risorse umane e quindi dei costi sia sotto il profilo editoriale. Garantirsi adeguati spazi in rete, addestrare gli operatori necessari per il dialogo con gli utenti, le interconnessioni con centri di ricerca e banche dati implica il reperimento di risorse finanziarie che, ad avviso di Infocivica, dovrebbero provenire non solo dalla **pubblicità** che da una nuova fonte decisiva: quella costituita, come detto, da una adeguata **fiscalità** applicata ai soggetti privati del *web* o da una loro **collaborazione gratuita** con mezzi e competenze al posto di detto prelievo.

Tutto ciò non significa la cancellazione della tradizionale offerta broadcast di reti generaliste, tematiche e specializzate finanziabili anche attraverso il canone. Significa **ricollocare** questa offerta in una più ampia gamma di offerta di prodotti scritti e audiovisivi e di servizi che si alimenta delle interconnessioni ad archivi, banche dati e strutture culturali disponibili.

## 9. Le nostre proposte

In conclusione Infocivica avanza le seguenti proposte. Il servizio pubblico, nell'attuale fase delle comunicazioni, deve porsi i seguenti compiti:

A) **garantire a tutti i cittadini il libero accesso universale alla rete** attraverso una connessione internet auspicabilmente gratuita e in Wi-fi in ogni caso in condizioni chiare eque e non discriminatorie e attraverso una capillare implementazione di infrastrutture effettivamente a banda larga e, secondo il piano previsto da Europa 2020, a banda ultralarga. Nelle infrastrutture vanno considerate le utilities in gran parte di proprietà degli enti locali e partecipate in modo da realizzare una effettiva grande rete pubblica;

B) **garantire a tutti i cittadini i contenuti free disponibili sulla rete**.

Questi due primi compiti andrebbero inseriti in Costituzione a completamento dell'art. 21 del I Titolo o come suo seguito secondo quanto si è già precedentemente detto.

C) Predisporre - auspicabilmente su scala europea - i necessari meccanismi di **salvaguardia, sicurezza e certificazione** per gli utenti, garantendo la tutela della loro privacy;

D) Produrre **contenuti di informazione, educativi e ricreativi** da offrire gratuitamente a tutti gli utenti via broadband o broadcast;

E) distribuire e consentire l'accesso on line a **contenuti scritti di editoria elettronica e audiovisivi gratuiti e o a pagamento**;

F) garantire servizi di **connessione con gli utenti e interconnessione con gli istituti culturali** presenti sul web attraverso una grande piattaforma realizzata su scala europea secondo principi di solidarietà e di perequazione fra i 28 Paesi membri dell'Unione Europea;

G) produrre contenuti di comunicazione istituzionale e gestire servizi di **connessione con la Pubblica Amministrazione** e con altri soggetti pubblici e privati;

H) promuovere il **radicamento del servizio pubblico nel territorio** e la sua funzione di prossimità ricostruendo virtualmente le piazze delle Centocittà;

I) assicurare un servizio di orientamento/assistenza (**help desk**) che aiuti l'utente nella ricerca e fruizione di tutti i servizi e offerte della rete.

A giudizio di Infocivica i primi due compiti sopra descritti devono essere assolti:

a) da un carrier delle comunicazioni pubblico nazionale che unifichi telefonia, segnale di rete e radio televisivo in una unica azienda pubblica (il "**servizio pubblico di trasporto**") - incaricata di gestire la rete rendendola disponibile a tutti i fornitori di contenuti e servizi sia pubblici sia privati - che può naturalmente stabilire rapporti anche con aziende private e che può anche essere compartecipata da privati ma con *golden share* pubblica.

b) dalla **piattaforma europea dei servizi pubblici finanziata secondo principi di solidarietà per assicurare un accesso equo e non discriminatorio alla rete** autenticamente al servizio della società su scala continentale;

c) Tutti gli altri compiti - compresa la funzione di organizzazione e gestione dell'hub e della connessione e la costruzione di un rapporto personalizzato con gli utenti finali intesa come **nuova frontiera editoriale** - devono essere assolti da una **Media company** che erediti i compiti sin qui svolti dalla Rai e li ricollochi nel nuovo universo crossmediale interattivo. Quanto alla struttura aziendale essa potrebbe seguire il modello descritto per l'azienda di trasporto.

Da quanto qui detto risulta chiaro che Infocivica ritiene utile, economicamente e per l'utenza, distinguere l'operatore di trasporto e le relative infrastrutture da quelle dell'operatore e distributore editoriale che a sua volta benefici della nuova piattaforma di accesso alla rete realizzata su scala continentale unitamente a tutti gli altri servizi pubblici dei 28 paesi dell'Unione Europea. Tale passaggio e la sua economicità risulta evidente soprattutto se coinvolge l'intero sistema e i suoi attori

## 10. Conclusioni Gli scenari per la nuova Convenzione del servizio pubblico nel contesto politico italiano e nel quadro di nuove regole europee per la società dell'informazione e della conoscenza

A giudizio di Infocivica, nelle attuali condizioni del Paese (stagnazione economica, arretratezza educativa e culturale, ostilità dei cittadini verso la politica) un ampio progetto di rilancio della comunicazione di qualità in termini di hardware e di software, affidata a iniziative pubbliche cui destinare energie giovani e motivate, può rappresentare una grande opportunità anche per la classe politica e per il Governo italiano.

La partita della concessione in scadenza nell'aprile 2016 non si può concludere con il semplice rinnovo alla Rai della concessione per i servizi lineari (renderebbe sempre meno centrale il ruolo della Rai come mero broadcaster) ma deve assolutamente favorire il **passaggio dal servizio pubblico dei broadcaster di Stato ad un nuovo servizio pubblico crossmediale per la società, indipendente dalle pressioni dei poteri politici e dagli interessi dei gruppi di pressione economici, attraverso tre elementi:**

- a) la costituzione di un **servizio pubblico di trasporto** in grado di ottimizzare e rivalorizzare le infrastrutture ormai parzialmente desuete di Rai Way;
  - b) la creazione della **media company** per gestire i contenuti nell'ambiente multiplatforma investendo quote crescenti in offerte destinate ad essere fruite nel nuovo Web: solo in questo modo come insegna la storia britannica BBC può essere mantenuto un primato. Decisiva naturalmente sarà la partita dei diritti d'autore e dell'armonizzazione delle regole per editori tradizionali e OTT che potrebbe essere aperta dalla nuova Commissione;
  - c) la costruzione della **piattaforma Internet**, ossia dell'hub e delle strutture di ascolto assistenza degli utenti che devono essere garantite per assistere ed accompagnare tutti i cittadini alla fruizione crossmediale in rete: riproporre una piattaforma nazionale oggi sull'esempio di quanto avviato nello scorso decennio da YouView nel Regno Unito non pare possibile: solo un **investimento su scala europea** può essere fatto con la partecipazione di tutti gli ex broadcaster **secondo principi di solidarietà e di perequazione** un po' come avvenne con la nascita dell'Eurovisione nel secondo dopoguerra: l'Italia con Francia Germania e Spagna può essere la promotrice di questa piattaforma tecnologica e di un **nuovo motore di ricerca**. Esso si basa su **nuovi algoritmi** la cui pertinenza andrebbe fondata su **principi di compatibilità con gli obiettivi e le finalità del servizio pubblico** (ad esempio privilegiare l'informazione di qualità, l'educazione, distinguere chiaramente i fatti verificati dalle chiacchiere, indicare la fonte originale e legale di una notizia, ecc.),.
- Tale piattaforma sarebbe altresì una delle occasioni per promuovere un operatore tecnico europeo di dimensione sufficiente a competere con Google oltre che con gli altri principali aggregatori e fornitori di servizi commerciali "over-the-top (OTT)." Una siffatta piattaforma rappresenterebbe infine un possibile esempio di buona gestione dei "Big Data" (che sono assolutamente necessari per fornire un servizio appropriato), anch'essa compatibile con un'azione di tutela, "da servizio pubblico", della privacy

Un ampio movimento di cittadinanza attiva promosso da Infocivica attraverso l'adesione a questa Dichiarazione potrebbe farsi promotore della costituente di questo nuovo edificio chiedendo al governo di procedere a:

1) un'integrazione all'Art. 21 della Costituzione per assicurare l'accesso universale alla Rete come diritto primario dei cittadini

2) in base a questo principio promuovere la costituente di un servizio pubblico cross mediale delle comunicazioni al servizio della società e dei cittadini destinato a sostituire il servizio pubblico radiotelevisivo statale

Tale processo potrebbe intervenire attraverso una serie di tappe intermedie. Nel 2016 *Terminus a quo* rinnovo pro tempore dei servizi lineari e inizio del processo di trasformazione da broadcaster a media company destinato a concludersi nel 2026 *terminus ad quem*. A metà percorso nel 2020-2021, con l'estensione universale dell'accesso alla banda ultra larga per tutti i cittadini, fine della concessione alla Rai Radio Televisione Italiana e costituzione della forma giuridica del nuovo servizio pubblico crossmediale e interattivo delle comunicazioni incaricato di:

- a) reinventare l'offerta radiotelevisiva di flusso, ridisegnando funzioni e obiettivi della televisione generalista dei prossimi decenni,
- b) costruire una preziosa funzione di bussola per orientare i cittadini nel mare magnum della rete rendendolo dunque partecipe, consapevole e interattivo con l'editore,
- c) favorire conseguentemente inedite forme di coesione e partecipazione sociale destinate a crescere e maturare nella società dell'informazione e della conoscenza.



## Che cos'è Infocivica

Infocivica è una libera associazione di persone che dal suo primo incontro ad Amalfi nel settembre 2000 si batte per il rinnovamento del servizio pubblico radiotelevisivo.

Costituitasi giuridicamente a Roma il 15 dicembre 2003, come "Infocivica - Gruppo di Amalfi", è un'associazione apartitica, aconfessionale e senza fini di lucro inizialmente presieduta da Bino Olivi già portavoce della Commissione Europea, e da altri nove soci fondatori: Ugo Cavaterra, Claudio Cesaretti, Nicola Cona, Tiziano Cristani Licia Conte, Lino De Serriis, Rodolfo Falvo, Luciano Gambardella, Jader Jacobelli, Giuliano Lemme, Giancarlo Loquenzi, Giacomo Mazzone, Andrea Melodia e Bruno Somalvico.

Dal 2010 al 2013 è stata presieduta da Gerardo Mombelli, già direttore della Rappresentanza in Italia della Commissione Europea e successivamente pro tempore per un anno da Andrea Melodia, Presidente Unione Stampa Cattolica Italiana, già giornalista e dirigente Rai. Dal dicembre 2013 Presidente è Massimo De Angelis, giornalista, già Direttore Editoriale di Nuova Civiltà delle Macchine. Vice Presidenti sono Gianni Bellisario, Ugo Cavaterra, Lino De Serriis e Andrea Melodia. Tesoriere è Pietro Maiorino, già dirigente finanziario Rai Segretario Generale Bruno Somalvico, storico e studioso dei media.

Fra i nuovi aderenti annovera, Manlio Cammarata, giornalista ed esperto di editoria elettronica, Robert Castrucci, ricercatore presso la Fondazione Ugo Bordoni, Piervirgilio Dastoli Presidente del Consiglio Italiano del Movimento Europeo, Paolo Luigi De Cesare, Direttore del Festival "Pietre che cantano", Giampiero Gramaglia, Direttore Eur Activ, consulente dell'Istituto Affari Internazionali e Carlo Rognoni, giornalista, già Vice Presidente del Senato e Consigliere d'Amministrazione Rai. Lorenza Somogyi Bianchi, responsabile dello Studio Alfa, assicura le relazioni esterne e i rapporti con la stampa.

Come recita l'articolo 2 del suo statuto: "L'Associazione intende favorire il rapporto tra i cittadini, le istituzioni e gli organismi pubblici, sia in ambito nazionale, europeo e internazionale, sia in ambito regionale e locale, avvalendosi di qualsiasi strumento o mezzo. A tale fine l'Associazione si propone altresì di favorire l'ideazione e la realizzazione di programmi di servizio pubblico e servizi di pubblica utilità nella società dell'informazione".

Dal settembre 2009 Infocivica riunisce nell'ambito del Prix Italia il Gruppo Europeo di Torino con l'obiettivo di riflettere sullo sviluppo dei media nell'era crossmediale. Enrique Bustamante Università Complutense di Madrid, Francisco Rui Cádima, Università Nuova di Lisbona, Peter Dahlgren Università di Lund, Uwe Hasenbrink, Università di Amburgo, Matthew Hibberd, Università di Stirling, Beata Klimkiewicz, Università di Cracovia, Pierre Musso, Università di Rennes, Emili Prado, Università Autonoma di Barcellona, Giuseppe Richeri, Università di Lugano, Philip Schlesinger, Università di Glasgow e Michele Sorice, Università Luiss di Roma: un network di dieci docenti universitari esperti europei di media ed innovazione tecnologica chiamati ad elaborare proposte e riflessioni in vista della redazione di un *Libro Verde sui media di servizio pubblico nella società dell'informazione e della conoscenza*.

Fra il 2010 e il 2014 sono stati elaborati i quattro rapporti di base del Gruppo Europeo di Torino dedicati alla ridefinizione di quattro temi cruciali: la missione (Rapporto Schlesinger-Sorice), l'offerta (Rapporto Prado), il finanziamento (Rapporto Richeri) e le regole di governance dei media di servizio pubblico (Rapporto Hibberd in corso di redazione). Quest'anno il Gruppo Europeo di Torino tratterà - a conclusione delle sue riflessioni - alcune possibili linee guida per una loro armonizzazione a livello europeo.



## Giampiero Gramaglia

Consigliere per la comunicazione  
Istituto Affari Internazionali, Roma

Giornalista dal 1972, professionista dal 1975, Giampiero Gramaglia ha 'fatto la gavetta' alla Provincia Pavese ed ha poi lavorato alla Gazzetta del Popolo e per trent'anni all'ANSA, di cui è stato a lungo corrispondente da Bruxelles, Parigi, Washington e, infine, direttore dal 2006 al 2009. Tra il 2010 e il 2011, ha diretto l'Agence Europe a Bruxelles. Dall'inizio del 2012, dirige EurActiv.it, pagina italiana del portale d'informazione europea presente in 15 Paesi. Dall'aprile del 2015, è vice-direttore de La Presse e responsabile della sede di Roma dell'Agenzia. Collabora con diversi media, specie Il Fatto Quotidiano, è spesso ospite di programmi radio e tv e tiene corsi di giornalismo all'Ifg di Urbino, alla Sapienza e altrove. E' consigliere per la comunicazione dello IAI e segretario generale dello European Press Club di Roma. Ha pubblicato, fra l'altro, 'Complici', un libro sulle relazioni tra Italia e Libia con Luigi Garofalo, e 'Tutti i Rivali del Presidente', una guida a Usa 2012, e cura un blog su Usa 2016, [www.GpNewsUsa2016.eu](http://www.GpNewsUsa2016.eu). Gramaglia è nato a Saluzzo (Cn) il 22 giugno 1950. Sposato con Elysa Fazzino, giornalista, ha due figli - Chiara, architetto a Parigi, e Luca, funzionario europeo a Lussemburgo - e un nipotino, Marco.



## **ERIK LAMBERT**

Esperto in tecnologie e strategie del mercato delle comunicazioni, Roma

Giornalista professionista, Erik Lambert è consulente nell'ambito dei media e delle tlc, specializzato nell'identificazione e messa in atto di strategie di connessione fra tecnologia e mercato. Recentemente ha concorso alla preparazione del servizio OTT StarzPlay Arabia (avviato il 6 aprile 2015), dopo avere ricoperto l'incarico di direttore tecnico per l'avvio del servizio HBO Nordic (2012-13). In precedenza, tra gli altri incarichi, ha partecipato alla pianificazione della transizione de La7 e di MTV alla radiodiffusione digitale; ed alla preparazione delle specifiche tecniche pubblicate dal DGTVi. Fino al 2002 è stato direttore delle Strategie Tecnologiche della divisione televisione e cinema di Vivendi-Universal (gruppo Canal+/Studio Universal), dopo avere avuto diversi incarichi nel corso dei precedenti 15 anni nel gruppo Canal+: dalla creazione di nuovi canali tematici, in Francia ed in tutto il Mondo, alla definizione ed all'implementazione di strategie di sviluppo. Ha anche gestito la CMT, una società di consulenza specializzata nell'economia e nelle tecnologie dei media. Ha contribuito a diverse ricerca per Istituzioni europee, tra le quali "The Challenges of Connected TV" per il DGIP, Parlamento Europeo, 2013. E stato tra i fondatori del DVB, dal quale è stato un "officer" del 1996 al 2012.

### **TV: verso l'IP - I nuovi scenari e i nuovi attori delle comunicazioni**

Siamo all'alba della terza età della televisione.

Un'era fortemente segnata da una radicale trasformazione delle abitudini e delle aspettative dei telespettatori. Una trasformazione che nasce ovviamente da una vera e propria rivoluzione tecnologica, quella portata dall'avvento di Internet nella fruizione dei contenuti televisivi. Una rivoluzione destinata a coinvolgere tutti gli aspetti di questo universo: l'offerta, il consumo, la scoperta, l'esperienza.

E' una "tempesta" che si sta avvicinando, ma che offre anche delle grandi possibilità di crescita per la "vecchia" televisione. In questa linea il Servizio Pubblico deve dimostrare la propria capacità di affrontare queste sfide e di mostrare in questo modo la propria differenza.



## Massimo De Angelis

Presidente Infocivica

Gruppo di Amalfi

Massimo De Angelis. Giornalista e saggista. Già redattore del settimanale Rinascita, e consigliere politico di Achille Occhetto, segretario del Pci e del Pds. Cofondatore e vice direttore del mensile Liberal. Dal 2006 ha lavorato presso la Presidenza Rai. Collabora con diversi giornali. Ha scritto numerosi saggi di politica, sul revisionismo storico e sul pensiero di Nolte e di Heidegger.

### Servizio pubblico e responsabilità pubblica nell'era della centralità della Rete: la proposta di Infocivica

C'è una rappresentazione che plasticamente rende l'idea di quel che sta accadendo intorno a noi nel mondo della comunicazione: da un lato siamo entrati da un decennio in una età dell'oro della comunicazione. Dall'altro lato la televisione sembra quasi uno strumento in declino. Il pubblico radiotelevisivo invecchia. Un apparente contraddizione. Che cosa la spiega? La spiega una parola: IN-TE-RAT-TI-VI-TA'.

La comunicazione, l'informazione è sempre più plurale e interattiva. Vince con internet la connessione a rete da punto a punto. Declina quella del broadcast. Oggi la nuova centralità del web, la logica interattiva che essa induce, la straordinaria rivoluzione che è sotto i nostri occhi, impongono un atto di responsabilità da parte del potere pubblico.

Noi di Infocivica pensiamo che il 2016, la scadenza della convenzione ventennale del servizio pubblico, sia un passaggio ineludibile e sia anche una straordinaria occasione. Per imprimere un nuovo indirizzo e nuove regole all'intero sistema delle comunicazioni partendo dal rinnovo dal suo cuore, dal servizio pubblico radiotelevisivo. Per gettare almeno le basi di un nuovo edificio.

Noi siamo convinti che il servizio radiotelevisivo ha un grande futuro se ( e solo se) sale sul carro del web e dell'interattività; se diventa un Hub, un centro di annodamento di tutti i fili della comunicazione nazionale. Guai allora, se per quieto vivere o per timidezza o perché *maiora premunt*, si rinnovasse tacitamente la Convenzione e ci si limitasse a un qualche ritocco della governance. Non solo sarebbe un'occasione sprecata ma si condannerebbe la Rai all'asfissia. No. Oggi occorre un grande atto di responsabilità della politica. In ordine a che cosa, secondo noi di Infocivica? Si impone:

- 1) Una costituzionalizzazione del diritto e di pari opportunità nell'accesso alla rete. Negli articoli della Costituzione riguardanti salute e istruzione si definisce attivamente la garanzia all'istruzione e alla salute. Qualcosa di analogo, diciamo, deve essere inserito anche nell'articolo 21.
- 2) Questo deve significare un'accelerazione e una gestione pubblica o pubblico- privato della banda larga e un ruolo se non di gestione di regolazione e controllo del pubblico riguardo il servizio di trasporto. In ogni caso si deve garantire un servizio universale ed effettivamente accessibile a tutti. Il modello cui pensiamo è quello offerto da Terna.
- 3) La creazione di una Media company più ampia della Rai che incorpori le funzioni della attuale Rai ma le proietti con decisione nel mondo del web, della interattività e che rafforzi radicamento territoriale e comunicazione istituzionale. Questa Media company dovrà far sì che attraverso la produzione e la interconnessione culturale gli italiani vedano nel web uno specchio in cui leggersi e riconoscersi. Tutto ciò ha un presupposto: il servizio pubblico deve avere una grande pubblico. Non pensiamo dunque a una nicchia ma a un nuovo grande progetto culturale.
- 4) A tal fine proponiamo che il servizio pubblico si trasformi in Hub, con una presenza da Ott per intenderci nel Web in grado di competere ad armi pari con gli OTT e le piattaforme di video servizi oggi preponderanti nel Web attraverso una piattaforma europea dei servizi pubblici da concordare con gli altri Paesi europei.



## Bruno Somalvico

Segretario generale Infocivica  
Gruppo di Amalfi

Bruno Somalvico, segretario di Infocivica lavora dal 1988 alla Rai occupandosi di studi e strategie. Dopo aver curato la rivista *Zone* dell'Ufficio Studi coordinando tra l'altro due saggi dedicati al rinnovo delle missioni della televisione pubblica nel Regno Unito e in Francia, lavora attualmente presso la Direzione Rapporti Istituzionali e Internazionali. Storico di formazione laureatosi nel 1984 all'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales di Parigi con una tesi su Georges Sorel e l'Italia, ha curato un volume su *La Voce e l'Europa* (Roma, 1985) e pubblicato tra l'altro con Bino Olivi per i tipi del Mulino *La fine della Comunicazione di Massa* (1996) e *La Nuova Babele elettronica* (2003). Già coordinatore del gruppo sulla Televisione digitale terrestre presso il Ministero delle Comunicazioni (2000-2001) ne ha curato con Edoardo Fleischner il Rapporto finale nel volume *La tv diventa digitale. Scenari per una difficile transizione*(2002).

### **Per un nuovo fondamentale indirizzo del Parlamento sull'intero sistema delle comunicazioni e per una riforma dell'Art.21 della Costituzione**

Riproduco in appendice un decalogo scritto anni or sono e aggiornato l'estate scorsa mentre preparavamo con il Presidente Massimo De Angelis il testo della Dichiarazione Rifondativa di Infocivica.

Ci piace veder associata la riforma del servizio pubblico a quella della scuola perché entrambe si iscrivono nell'ambito di una riforma del Welfare in quella che chiamiamo appunto società dell'informazione e della conoscenza

Alle tre missioni fondamentali di informare educare e divertire nell'era della centralità della comunicazione in rete si aggiunge quella di interconnettere gli individui che non vanno considerati come meri consumatori ma come cittadini protagonisti di un nuovo welfare delle opportunità che vuole combattere la tendenza all'atomizzazione e alla frammentazione del corpo sociale e ricostruire nuove forme di coesione sociale e di senso comune di appartenenza ad una collettività. In questo senso a nostro parere va inteso il concetto di servizio pubblico, ovvero di servizio appartenente alla collettività e alla comunità dei cittadini, e quanto più possibile indipendente dai poteri politici e dai gruppi di pressione economici

Partendo dai bisogni della società di oggi si tratta di rottamare Mamma Rai e di ricostruire dalle fondamenta un edificio costruito sul modello della radiodiffusione circolare ossia su strumenti di comunicazione di massa (essenzialmente la radio e la televisione) ridefinendone la missione nella Rete, e in base ad essa riorganizzando l'offerta editoriale su media ibridi sia lineari sia non lineari e destinati a forme di comunicazione e di fruizione personalizzate "uno a uno". Come la scuola della Terza Repubblica e le Università Popolari avevano favorito l'alfabetizzazione di massa alla lettura negli ultimi decenni dell'Ottocento, premessa per quella che è stata definita la successiva "nazionalizzazione delle masse", anche in questo caso nell'era delle comunicazioni globali è giunto il momento al contempo di globalizzare le regole e le responsabilità pubbliche e di estendere i diritti dei cittadini e le loro possibilità di agire e interagire in un mondo libero e in una società aperta senza vincoli di spazio e di tempo.

Compito della politica diventa quello non più di vigilare sull'operato di un soggetto la Rai considerato come un cortile di casa, bensì di assicurare questo sviluppo ordinato di crescita della Rete, di una Grande Tela cross mediale delle comunicazioni sempre più destinata a diventare il ruolo di formazione della pubblica opinione

Tre tappe sono individuate da Infocivica e le proponiamo oggi al Parlamento.

1) Nell'immediato- entro l'estate - assicurare subito alla scadenza del CdA Rai una forte governance interna (nella nostra proposta riprendevamo l'idea di un sistema duale con un consiglio dei governatori investito della missione di vigilanza separato dalla gestione dell'azienda proprio perché investito dalle principali cariche istituzionali e dal Parlamento di verificare la congruità dell'operato dell'azienda con il mandato che le viene assegnato)

2) Tale mandato dovrebbe essere definito entro i prossimi dodici mesi in un documento di valore costituzionale, ossia approvato con maggioranza larga e rinnovato a scadenza decennale come avviene nel Regno Unito con la Royal Charter frutto di una lunga consultazione e concertazione predisposta sul modello delle Royal Commission, destinato a sostituire l'attuale Concessione ventennale in scadenza dell'aprile 2016. Entro quella data una vasta consultazione dovrebbe aver predisposto questa Magna Charta del servizio pubblico crossmediale delle comunicazioni contenente finalità e obiettivi della sua nuova missione, criteri di riorganizzazione dell'offerta in senso crossmediale, modalità di finanziamento e quindi anche di riorganizzazione della raccolta del canone, e nuove regole del gioco certe nei rapporti fra i nuovi soggetti individuati nel nostro documento (con la separazione verticale del servizio pubblico di trasporto dalla media company) e tutti gli altri attori del sistema delle comunicazioni favorendo un affetto volano per tutto il sistema e per quello che abbiamo definito un nuovo "concerto" digitale, ovvero assegnando al servizio pubblico nella rete un ruolo di orchestrazione e di individuazione secondo principi di discriminazione positiva delle eccellenze da valorizzare nel territorio per favorire i nuovi distretti della conoscenza e dell'eccellenza.

3) Obiettivo 2016 significa assegnare a questa scadenza un valore costituente per il nuovo servizio pubblico delle comunicazioni, convinti che fra il 2016 e il 2025 si realizzerà la transizione dalla centralità dei media lineari a quella di nuovi strumenti di comunicazione svincolati per la loro fruizione da vincoli spazio-temporali. Oltre il 2016 questa legislatura a mio parere dovrebbe procedere - attraverso un ruolo istruttorio predisposto da una nuova Commissione di indirizzo del sistema delle comunicazioni - a predisporre una riforma dell'Art. 21 della Costituzione e una nuova legge quadro per il sistema delle comunicazioni in grado di evitare pericolosi vantaggi competitivi per gli aggregatori di contenuto a scapito degli editori e dei titolari della proprietà intellettuale e artistica delle opere frutto dell'ingegno:

3.1 Assicurare nella Costituzione italiana l'accesso universale alla Rete come diritto primario dei cittadini può diventare lo strumento appropriato per trasformare la ragione sociale della Rai Radiotelevisione Italiana nel nuovo servizio pubblico della Rete e di conseguenza anche la struttura organizzativa dedicata al presidio della rete attraverso quella che nel documento abbiamo definito la costruzione della piattaforma Internet, ossia dell'hub e delle strutture di ascolto assistenza degli utenti che devono essere garantite per assistere ed accompagnare tutti i cittadini alla fruizione crossmediale in rete, convinti che essa non possa che avvenire in ambito europeo secondo principi di solidarietà e di perequazione fra Paesi grandi e piccoli dell'Unione Europea

3.2 Oggi sono in crisi i modelli di business dei servizi pubblici, delle televisioni commerciali e delle pay tv e degli operatori e gestori di piattaforme televisive multicanali, per non parlare degli editori di quotidiani periodici e dell'editoria libraria, sempre più minacciati da aggregatori di contenuti veicolati al di sopra della rete e "postati" o comunque resi disponibili attraverso reti partecipative, blog e portali. Regolare su basi chiare e certe i rapporti fra i nuovi soggetti della catena del valore in rete nell'ambito di una nuova legge di sistema significa creare le basi per creare un mercato unico europeo delle comunicazioni digitali capace di consentire a vecchi e nuovi soggetti (editori, gestori di piattaforme, aggregatori, fornitori di accesso, ecc.) di competere ad armi pari evitando che i giganti OTT extraeuropei si accordino per i diritti con la società degli autori editori del Lussemburgo assolvendo i loro obblighi fiscali nei paesi più vantaggiosi.



## Gianni Bellisario

Vice Presidente Infocivica  
Gruppo di Amalfi

Dopo una lunga esperienza nella organizzazione e produzione di spettacoli teatrali di prosa e danza entra nel 1989 nel gruppo Rai con vari incarichi in Raidue e nelle consociate Sipra e Sacis.

Nel 1995 dirige il nuovo dipartimento multimedia della Sacis spa realizzando il primo sito internet del Gruppo Rai "[www.planet.italy.com](http://www.planet.italy.com)" unitamente alla rete distributiva di

collane di CD.ROM.

Dal 1997 al 2000 è Capo Progetto programmi a Rai Educational e a Raiuno.

Dal 2000 al 2001 è Assistente del Direttore Generale.

Dal 2000 al 2004 è responsabile del settore "innovazione prodotto" della Rai.

Dal 2004 al 2009 è responsabile del Palinsesto dei Canali Digitali del Gruppo Rai.

Dal 2009 al 2013 coordina il settore Crossmedia della direzione Palinsesto.

Ha Rappresentato la Rai nella commissione "crossmedia" della EBU (European Broadcasting Union - associazione dei broadcaster pubblici europei) fino al 2012.

### **UNO-A-UNO: Un HUB per il Servizio Pubblico della Comunicazione.**

Il nuovo Servizio Pubblico della Comunicazione nell'era digitale esalta la sua funzione su tre linee principali:

La prima funzione è quella di consentire a tutti gli utenti/cittadini di accedere alla rete attraverso una connessione digitale (Internet Provider);

la seconda è quella di avere la capacità di gestire attraverso operatori un rapporto uno-a-uno con gli utenti/cittadini attivo tutti i giorni h 24 ( Centro di ascolto ed interazione);

la terza è quella della produzione, organizzazione e fornitura dei contenuti propri e di terzi (compresi i contenuti autoprodotti dagli utenti).

Il posizionamento strategico del Servizio Pubblico della Comunicazione sarà quindi al centro del sistema di comunicazione digitale svolgendo una funzione (uno-a-uno) che nessun provider o operatore globale può svolgere in quanto si tratta di impegnare migliaia di persone fisiche ed una complessa funzione editoriale/tecnologica che può essere finanziata solo attraverso la fiscalità generale.

Il Servizio Pubblico della Comunicazione, proprio perché basato sul rapporto uno-a-uno ha caratteristiche fortemente legate alla lingua di ogni territorio. Ciò però non esclude che il corpo centrale possa operare su base continentale organizzando un HUB per ciascun ceppo linguistico e/o territoriale (Servizio Pubblico della Comunicazione Europeo).

Sulla base di un progetto comune ogni singola organizzazione potrà implementare la sua area linguistica nei tempi necessari.

Nell'intervento saranno approfondite le tre linee principali e le caratteristiche editoriali, tecnologiche ed organizzative del nuovo servizio.



## Piero De Chiara

Esperto di media e comunicazioni elettroniche

Piero De Chiara, ha fondato e diretto alcune delle prime radio libere in Emilia-Romagna e in Veneto; è stato responsabile emittenza e informazione del PDS. Dal 1998 al 2014 è stato dirigente in Olivetti, Telecom Italia e La 7, con responsabilità nel settore regolamentare e nell'avvio di iniziative convergenti tra telecomunicazioni e televisione, tra le quali la distribuzione di contenuti su rete internet.

Dal 2005 al 2008, come presidente di DGTVi e vicepresidente del Comitato nazionale Italia digitale ha coordinato lo spegnimento dell'analogico e il passaggio al digitale terrestre.

Attualmente è consigliere del commissario Nicita in AGCOM.

### Parlare al mondo e non solo a se stessi

Sceneggiare storie che interessano gli spettatori nazionali e esteri è un'attività antica, che sta entrando nella sua età dell'oro e diventando essenziale per definire la sovranità delle nazioni.

L'Italia è messa bene in termini di indipendenza, molto male in termini di rilevanza.

Chiamo indipendenza l'interesse che dedichiamo agli sceneggiati nazionali: circa un terzo nel cinema e nelle serie televisive, una quota superiore a quella di altri paesi europei, Francia esclusa.

Chiamo rilevanza la quota di attenzione che il resto del mondo dedica alle storie prodotte in Italia. Nell'ultimo decennio la nostra visibilità si è dimezzata, scendendo sotto l'1% del commercio mondiale, a vantaggio non solo degli Stati Uniti o di alcuni paesi emergenti, ma anche di altri paesi europei che sviluppato una politica industriale, regolamentare e culturale, ponendosi questo come obiettivo prioritario.

Stiamo diventando irrilevanti, proprio mentre la rivoluzione tecnica, di linguaggio e di modelli di business rende l'industria creativa importante in termini economici e fondamentale per il *soft power* che le nazioni esercitano nel mondo.

Un discorso analogo può farsi per l'informazione. L'Italia è l'unico paese di media taglia a non avere una all news in inglese su piattaforma satellitare, cavo o internet.

Quando si realizza un fallimento di mercato in un settore di interesse generale, è ammesso e doveroso un intervento pubblico.

Di questo dobbiamo parlare quando parliamo della nuova Concessione del servizio pubblico televisivo e della nuova regolamentazione nazionale ed europea.

La concessione è l'atto unilaterale con il quale lo Stato trasferisce per un lungo periodo a un'azienda prerogative e risorse proprie. Stiamo parlando di circa venti miliardi spalmati in dieci anni, che andranno indirizzati in direzioni diverse da quanto abbiamo fatto negli ultimi decenni.

Non ha senso mantenere tre canali pubblici generalisti più dodici canali digitali, se questo significa il ricorso ad acquisti e produzioni a basso costo orario, capaci di interessare solo il pubblico del cortile di casa. Non ha senso concentrare gli investimenti sulla sola piattaforma lineare, quando tutti i consumi e soprattutto quelli dei preziosi racconti sceneggiati si stanno spostando sulla visione alla domanda.

Non è possibile scrivere la nuova Concessione senza mettere mano alla normativa.

Alcune perversioni sono solo nelle leggi italiane. Ad esempio abbiamo inventato un diabolico marchingegno di affollamenti pubblicitari e orari, che costringe anche il dirigente Rai più innovativo e coraggioso -ce ne sono- a concentrare gli investimenti su formati e prodotti che hanno probabile successo nella prima emissione nazionale in prima serata e non hanno vita su altre piattaforme e tantomeno all'estero.

Altre modifiche normative sono invece a livello continentale. L'Europa si accinge ad aggiornare la direttiva sui Servizi media. E' evidente ad esempio che il vecchio impianto non consente di garantire la diversità culturale, di fronte all'arrivo di piattaforme distributive che non rispettano le quote di programmazione e investimento pensate per un mondo di pochi canali lineari.

Quali sono gli obiettivi dell'Italia in questo processo di revisione? Neanche gli addetti ai lavori sanno rispondere a questa domanda. Centinaia di italiani, dirigenti, funzionari, giuristi, economisti, esperti di cinema e tv partecipano a questo processo, senza coordinamento e senza un obiettivo condiviso e fondato sull'interesse nazionale.

Nelle prossime settimane il dibattito politico rischia di ruotare intorno alla governance e alle forme di riscossione del canone; al chi e al quanto.

Concessione e revisioni normative sono un'occasione irripetibile per discutere e decidere soprattutto del perché e del come.



## Antonio Sassano

Ordinario di Ricerca Operativa presso  
l'Università di Roma "Sapienza" e  
Presidente dell'Organo di Vigilanza  
per la parità di accesso alla rete Telecom

Laureato in Ingegneria Elettronica all'Università di Roma "Sapienza", è stato ricercatore presso l'Istituto di Analisi dei Sistemi ed Informatica del CNR e "visiting researcher" presso la New York University. Attualmente è professore Ordinario di Ricerca Operativa presso l'Università di Roma "Sapienza" e Presidente dell'Organo di Vigilanza per la parità di accesso alla rete Telecom. È stato consulente dell'AGCOM e dell'AGCM, direttore generale della Fondazione "Ugo Bordoni" e membro del Consiglio di Amministrazione dell'Agenzia Spaziale Italiana. I suoi interessi di ricerca riguardano l'ottimizzazione combinatoria e le sue applicazioni alla progettazione di reti di telecomunicazione e al "data mining".

### Servizio pubblico di trasporto dal broadcast alle reti ultrabroadband: separazione verticale e regole

Il rapido sviluppo delle reti del futuro, basate sulle infrastrutture a banda larga, ci costringono a ripensare al ruolo del Servizio Pubblico nel *trasporto del segnale*. Si è trattato di un ruolo decisivo fino agli anni '50. Le reti della RAI, prima quella radiofonica e poi quella televisiva, sono state infatti la spina dorsale della comunicazione nazionale.

Questo ruolo esiste ancora? Esisterà nel futuro? Crediamo di sì, ma crediamo sia assolutamente necessario ed urgente un ripensamento della missione del *Servizio Pubblico di Trasporto* e, di conseguenza, del ruolo che RAI e RAIWAY dovranno avere nel futuro scenario tecnologico. Certamente un ruolo di trasporto e diffusione dei programmi del servizio pubblico, ma forse anche un ruolo decisivo per la diffusione della banda larga nelle zone del Paese dove, almeno nel breve-medio periodo, sarà più difficile far giungere la rete in fibra di nuova generazione.



**Andrea Melodia**  
VicePresidente Infocivica  
Gruppo di Amalfi

Andrea Melodia, già dirigente e giornalista RAI, è stato direttore della fiction RAI, vicedirettore vicario di RAIUNO, caporedattore dei Servizi Speciali, della Cronaca e della Segreteria di redazione del TG1, direttore dei programmi e delle News di Telemontecarlo. Ha insegnato Teoria e tecnica della TV e Storia della radio e della TV alla LUMSA di Roma. E' presidente nazionale dell'Unione Cattolica Stampa Italiana (UCSI) e vicepresidente di Infocivica.

## **Informazione nella rete: credibilità e certificazione della notizia**

L'intervento propone che l'informazione del servizio pubblico evolva: dalla tradizionale focalizzazione sul valore del pluralismo, a quello del servizio informativo alla comunità nazionale e a quelle locali. Oltre a una globale ristrutturazione dell'offerta, l'informazione dovrà collocarsi nell'ottica di favorire il dialogo, di guardare ai contrasti di idee nella prospettiva di trarne un miglioramento pratico, e di contrastare la cultura depressiva che spinge la società verso tragiche soluzioni di conflitto.

Per questi obiettivi le culture redazionali devono mobilitarsi, rinunciando spontaneamente ad esercitare gli aspetti socialmente inutili delle loro libertà, a favore della coesione sociale che si esercita nella libertà di conoscere dei cittadini.

Una media company multiplatforma di servizio pubblico eserciterà questo ruolo, anche ostacolando tendenze disgregatrici presenti nella comunicazione in rete, riequilibrando il ruolo delle competenze e delle gerarchie di valore e qualità, rispetto alla banalizzazione conformista e agli estremismi.



## Giacomo Mazzone

Unione Europea di Radiodiffusione

Giornalista dal 1982 è specialista in *media policy* e lavora attualmente presso l'UER, Unione Europea di Radiotelevisione, in qualità di Direttore delle Relazioni Istituzionali e dei Rapporti con i membri. Prima ha lavorato per media nazionali ed internazionali (RAI, Euronews, Eurosport). Esperto di numerosi progetti dell'ONU, in particolare è stato indicato dal Governo Italiano fra gli esperti incaricati del negoziato sulla Convenzione sulla Diversità Culturale dell'UNESCO (ratificata a ottobre 2005). E' attualmente membro in rappresentanza dei media del MAG, gruppo di esperti nominato dal Segretario Generale delle Nazioni Unite per la governance di Internet. Membro fondatore dell'EuroDIG nel 2008, dal 2013 è anche membro del GAC (Government Advisory Committee) di ICANN, in qualità di rappresentante della WBU-World Broadcasting Union.

### **Le sfide per i servizi pubblici in Europa impegnati nella trasformazione da broadcaster radiotelevisivi a Public Service Media e le proposte dell'Unione Europea di Radiodiffusione (EBU-UER)**

Nel corso dei prossimi 18 mesi molti servizi pubblici radiotelevisivi europei saranno chiamati ad una sfida per molti versi determinante. In Gran Bretagna dovrà esser rinnovato nel 2016 il Royal Charter decennale che affida alla BBC la missione di Servizio Pubblico in quel paese.. In Italia dovrà esser rinnovata la Convenzione ventennale che lega la RAI allo Stato italiano. In Francia si rinnoverà il COM (Contrat d'objectif et de moyens) che fissa per 4 anni l'orizzonte, gli obiettivi e le risorse del Servizio Pubblico. In Portogallo si attende la chiusura del negoziato sul contratto di servizio fino al 2030 ed in Grecia si aprirà a breve la discussione sulla legge di riapertura della ERT e sulla nuova missione di Servizio Pubblico.

Inoltre è attesa entro l'anno la pronuncia della Corte di Giustizia europea sul fatto se il Servizio Pubblico radiotelevisivo costituisca un diritto fondamentale dei cittadini europei oppure no, a seguito della denuncia presentata dai sindacati greci contro il Governo greco di Samaras che nel 2013 decretò manu militari la chiusura della ERT.

Il parlamento italiano dovrebbe votare -dopo quello brasiliano- la Carta dei diritti di Internet, promossa da Stefano Rodotà e dalla Presidente Boldrini.

Entro l'anno 2015, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite -su input congiunto della CSTD (Commissione per la Scienza, la tecnologia e lo sviluppo), dell'UIT (Unione Internazionale delle Telecomunicazioni), dell'UNESCO e dell'IGF dovrà decidere se rinnovare o meno, per un periodo di cinque anni o più, il mandato a vari gruppi di esperti per definire la futura governance di Internet e come definire e proteggere al suo interno l'interesse pubblico ("public interest") . Una manifestazione pubblica solenne di lancio del prossimo mandato (se approvato dall'AG delle Nazioni Unite) si terrà al Palazzo di Vetro a New York a dicembre.

Quale è il punto comune a tutti questi dibattiti che animeranno la scena audiovisiva e mediatica, le Corti di Giustizia ed i Parlamenti nazionali ed europei e perfino le Nazioni Unite ?

Il punto comune sarà proprio quello di definire che vuol dire "servizio pubblico" e "public interest" nell'era della convergenza e di Internet. Stranamente la stessa domanda affiora in due mondi totalmente separati fino a poco tempo fa, con la tv che si interroga come farà a mantenere la sua missione di servizio pubblico nell'era di Internet, mentre il mondo di Internet si interroga di come preservare il "public interest" sulla rete, nonostante l'emergere di oligopoli sempre più potenti e onnivori.

Nonostante i mille distinguo, nonostante tutte le buone intenzioni delle leggi nazionali ed europee in materia di audiovisivo, oggi imprese che hanno la taglia di balene, elefanti, gazzelle e formiche si trovano nella stessa arena a competere per il tempo di attenzione dei cittadini del mondo.

E' possibile creare un set di regole comuni applicabili a tutti questi soggetti ? e cosa devono fare le formiche e le gazzelle per non esser schiacciate o divorate da elefanti o animali predatori? Come debbono trasformare il loro sistema di nutrizione nel nuovo ambiente a loro ostile ? Come debbono trasformare la loro offerta per non perdere capacità di attrazione e ruolo sociale? L'UER si è occupata di tutto ciò in un lavoro collettivo intitolato "Vision 2020", riportato in un sito accessibile a tutti, dove si descrivono le nuove sfide e le "best practices" esistenti in giro per l'Europa che tracciano la via per un nuovo ruolo del servizio pubblico nell'era di Internet.

Certo, la ricetta che molti propongono è quella di trasformare i Servizi Pubblici in Media Companies, di concentrarsi sui contenuti e di lasciar perdere il resto, la capacità produttiva interna, le trasmissioni, le orchestre, il rapporto col territorio e così via. Ma siamo sicuri che sia questa la ricetta giusta ? che si possa trasformare il servizio pubblico in "media company" dimenticando che l'accento è su "servizio pubblico" e non su "company" ? Sicuri che la RAI (che non ha la fortuna di una lingua veicolare come ce l'ha la BBC) possa davvero competere ad armi pari su scala mondiale in un mondo in cui Apple ne eguaglia il fatturato annuale in soli tre giorni ?

L'ultima volta che fu rinnovata la Convenzione RAI (1996) una piccola società di vendita di libri per corrispondenza di nome Amazon era appena stata fondata. Larry Page e Serghei Brin erano ancora studenti di informatica a Stanford e stavano cercando il nome

per un loro progetto comune, che poi due anni dopo, chiameranno Google...I computer connessi a Internet erano 10 milioni in tutto il mondo. Ed Enzo Biagi conduceva "Il fatto" in coda al Tg1...

Forse c'è bisogno di rimettere mano con urgenza a quella Convenzione (ed alle altre che sono in scadenza in giro per l'Europa) e farne l'occasione per una riflessione ed un'azione in cui si rilanci l'economia a partire dalle diversità; si rimetta la solidarietà e lo sviluppo condiviso e sostenibile al centro della scena, sviluppando armoniosamente media, diritti umani e diritti di cittadinanza a partire dai valori positivi che pure Internet incarna. E lasciandone da parte gli "animal spirits" che pure esso contiene e che hanno consentito lo sviluppo sfrenato di questi ultimi anni....

In fondo finita la corsa all'oro , anche nel Far West lo sviluppo dell'economia vera, è cominciato con l'arrivo dei rangers di Tex Willer a Culver city, condizione indispensabile e necessaria per consentire l'arrivo della ferrovia e del telegrafo.....

Forse è arrivato il momento di fare lo stesso anche nel mondo globalizzato di oggi?



## Carlo Rognoni

Giornalista

già Vice Presidente del Senato e Consigliere Rai

Nato a Parma il 2.1.1942. Per 30 anni giornalista (ha diretto Panorama e Il SecoloXIX). Nel 1992 eletto al Senato. Per due legislature vice presidente del Senato. Alla quarta legislatura eletto alla Camera. Si dimette per diventare consigliere di amministrazione della Rai. Scrive: "inferno Tg, la legge Gasparri"; "Rai addio, memorie di un ex consigliere"; "da mamma Rai alla ti fai da te". Con la segreteria Bersani viene nominato presidente del Forum del Pd per la riforma radiotelevisiva.

### **Proposte per una nuova governance della Rai, servizio pubblico dell'audiovisivo**

#### **Gli obiettivi:**

- ridare alla politica il compito alto che le spetta, quello cioè di definire la missione e il ruolo del servizio pubblico dell'audiovisivo al tempo della rivoluzione digitale
- liberare la Nuova Rai dai vincoli impropri dovuti al controllo dei partiti sul governo quotidiano dell'azienda
- creare per la Nuova Rai le condizioni affinché il servizio pubblico dell'audiovisivo trovi efficienza, stabilità, managerialità al tempo della crossmedialità, diventando una componente innovativa di un Welfare State moderno in grado di contribuire al rafforzamento della democrazia e allo sviluppo della società
- proporre un modello diverso - e più efficiente - rispetto a quello (la fondazione) proposto dal Pd in precedenti legislature.

Il modello a cui ispirarsi è quello cosiddetto "duale" già sperimentato con successo nel sistema bancario (che ora peraltro si sta evolvendo) e che altre imprese pubbliche stanno studiando. Il modello, in sintesi, si caratterizza per un rapporto fra "gestione" e "controllo" dell'azienda diverso rispetto a quello "ordinario". CdA e Collegio Sindacale sono sostituiti, nel sistema duale, rispettivamente da un Consiglio di Gestione (CdG) e un Consiglio di Sorveglianza (CS) il quale ultimo, però, ha anche taluni compiti di gestione (definiti nello statuto) e potere di nomina dei consiglieri di gestione: poteri dunque molto più incisivi rispetto a un mero Collegio Sindacale.

Il modello "duale" sarebbe ottimale per la RAI, poiché garantirebbe una gestione snella dell'azienda all'interno del Consiglio di Gestione (composto da un presidente - così si chiama nel sistema duale ed è assolutamente paragonabile a un amministratore delegato

- e altri due consiglieri, ad esempio) e un controllo effettivo ed efficace ad opera del Consiglio di Sorveglianza, ma solo su alcune attività e non anche sul "quotidiano" dell'azienda.

I vantaggi - in sintesi - sono:

- pur restando la proprietà al Tesoro e alla Siae si elimina completamente l'ingerenza del governo sulla conduzione aziendale e sulle scelte di gestione
- si delinea un più ampio coinvolgimento della società italiana nel suo insieme, attraverso i canali tradizionali della politica, dell'economia, della cultura, della Rete
- si traduce in pratica lo slogan "fuori i partiti dalla Rai" e si implementa lo slogan "la Rai ai cittadini"
- Si affida al presidente (di fatto un amministratore delegato), affiancato da due amministratori scelti dal Consiglio di sorveglianza, il compito di guidare la Rai, la responsabilità nella gestione del giorno per giorno, e nella proposta di scelte strategiche di medio e lungo termine.

In questa proposta il Consiglio di sorveglianza è composto da 21 membri, indicati:

7 dai presidenti di Camera e Senato (sentiti i suggerimenti dei partiti che compongono il parlamento, escludendo i parlamentari in carica e puntando su professionisti del mondo della comunicazione)

2 dalla Conferenza Stato - Regioni

2 dall'Anci, l'associazione nazionale dei Comuni

1 dal CNR

1 dalla FNSI

1 dalla FIEG

1 dall'APT

1 dall'ANICA

1 dai Sindacati

1 dalla Confindustria

1 Conferenza dei Rettori

1 dall'Associazione dei gestori della Rete

Naturalmente si possono immaginare anche altre proposte, senza snaturare il sistema duale. Si può, per esempio, pensare di ridurre a 15 (anziché 21) i membri del CdS. Si può variarne la composizione: tutta affidata alla politica, ai presidenti di Camera e Senato, oppure mista come nella proposta indicata sopra?

Il presidente del CdS è scelto a maggioranza fra i 21 membri e ha il potere di convocare il Consiglio.

Al Consiglio di Sorveglianza sono affidati i compiti tipici di controllo attribuiti al CS dal diritto societario attuale, più i seguenti:

- La nomina, a maggioranza di due terzi, dei componenti il Consiglio di Gestione, tra cui il Presidente (indicato dall'azionista Tesoro oppure indicato dai presidenti di Camera e Senato). Si può anche immaginare che a proporre il presidente del Consiglio di Gestione sia il presidente della Repubblica, in questo caso basterebbe l'accettazione da parte del Consiglio di Sorveglianza.
- La nomina, a maggioranza semplice, degli altri due componenti del Consiglio di Gestione
- Così come il CdS ha il potere di nomina ha anche il potere di revoca del CdG
- L'approvazione del bilancio della Nuova Rai
- Sul piano industriale e sul piano editoriale esprime un parere qualificato (con eventuale monito al CdG)
- L'approvazione di investimenti superiori ai 20 milioni di euro
- il controllo sul rispetto delle finalità del servizio pubblico così come indicate dalla Convenzione e del Contratto di Servizio firmato dal Mise e dalla Rai
- l'accesso a tutta la documentazione necessaria per avere trimestralmente un quadro aggiornato dell'andamento dell'azienda

Al Consiglio di Gestione (CdG, formato dal Presidente e da due Consiglieri) sono delegate la guida e le scelte strategiche di medio e lungo termine dell'Azienda. Il Presidente può delegare compiti precisi ai due componenti del CdG, sulla base delle loro competenze (Finanza? Rapporto con i territori? ecc.)

Il Consiglio di gestione è affiancato con poteri consultivi da un Comitato di direttori RAI che si riunisce ogni qualvolta ci sono decisioni strategiche (politica del personale, grandi investimenti, progetti di profonda riorganizzazione) e nomine di nuovi direttori di rete e di telegiornale.

Questo consente una maggiore condivisione delle scelte, che però, alla fine, sono e restano solo del CdG.

La durata in carica: sei anni - non rinnovabili - per il Consiglio di Sorveglianza; tre anni rinnovabili due volte per il Consiglio di gestione.

I compensi. Ai membri del Consiglio di Sorveglianza è riconosciuto un mero rimborso spese e un gettone di presenza ogniqualvolta si riunisce (non più di una volta al mese, almeno una volta ogni tre mesi)

Ai componenti del Consiglio di Gestione, con deleghe concordate, spetta un compenso non superiore ai tetti fissati dal governo per gli amministratori pubblici.

Dopo la prima nomina, al Presidente del CdG è demandato il compito di preparare in sei mesi al massimo un progetto di riorganizzazione del servizio pubblico che verrà sottoposto a un primo parere del Consiglio di Sorveglianza e presentato alle Commissioni competenti di Camera e Senato per un voto conclusivo. I paletti della riorganizzazione si ispireranno al Grande Ascolto (consultazione pubblica) che il ministero delle comunicazioni organizza, coinvolgendo gli stakeholders e l'opinione pubblica attraverso la Rete.

L'esperienza maturata da chi "il modello di governance duale" lo ha già sperimentato suggerisce alcuni chiarimenti indispensabili da inserire nello Statuto, e questo al fine di evitare ambiguità e conflitti di competenze fra Consiglio di Sorveglianza e Consiglio di Gestione.

Quanto al controllo parlamentare si consiglia di sciogliere la Commissione bicamerale di Vigilanza sulla Rai e affidare a una Commissione permanente della Camera il compito di legiferare sui temi della Comunicazione. Ancora meglio sarebbe istituire una Commissione parlamentare ad hoc, una "Commissione Media e Agenda Digitale" mettendo fine all'attuale contraddittoria situazione per cui di Comunicazione si occupa la Commissione Trasporti alla Camera e la Commissione Lavori Pubblici al Senato.

# **Il Servizio Pubblico nella Società dell'Informazione e della Conoscenza in Italia**

Una vecchia proposta-decalogo del segretario di Infocivica (aggiornata nel 2014)

## **1. Visione**

Il servizio pubblico del Terzo Millennio va riformato per ridefinire le sue missioni nella società dell'informazione e della conoscenza

## **2. Missione**

La sua riforma è un capitolo fondamentale di un nuovo Welfare con funzione non risarcitoria ma di accesso paritario a tutti i benefici della società dell'informazione e della conoscenza

## **3. Finalità generale**

I media di servizio pubblico costituiscono un servizio pubblico essenziale e possono contribuire a rialfabetizzare e a "rifare gli italiani" ossia a renderli consapevoli dei loro diritti e doveri, degli obblighi che hanno nella convivenza civile della comunità e delle opportunità di accesso ai nuovi saperi distribuiti in rete

## **4. Via italiana alla società dell'informazione e della conoscenza**

Le amministrazioni pubbliche, il Governo, il Parlamento, gli Enti Locali e chi sovrintende alla politica e alle istituzioni, devono cessare di interferire nella gestione interna della Rai o di qualsiasi altra impresa di comunicazione, e tornare invece a definire un percorso di indirizzo strategico per assicurare una via italiana alla crossmedialità garantendo un effettivo accesso di tutti i cittadini alla società dell'informazione e della conoscenza.

## **5. Magna Charta e Documento Programmatico Decennale.**

Il Presidente della Repubblica insedia un Comitato di cinque Saggi incaricati di redigere i principi ispiratori del nuovo servizio pubblico crossmediale e di definirne missioni, modalità di finanziamento, Governance in un Testo di valore costituzionale: la **Magna Charta del servizio pubblico radiotelevisivo e crossmediale delle comunicazioni**.

Il testo della Magna Charta dovrà essere approvato con le stesse procedure con cui si approva una legge costituzionale da una maggioranza qualificata e promulgato dal Presidente della Repubblica. Con la Magna Charta viene definito un metodo di concertazione e un percorso di consultazione con tutti i soggetti interessati (Authorities, Enti Locali-Corecom, Associazioni di utenti, di categoria, sindacali e di impresa, Accademia dei Lincei, Conferenza dei Rettori, istituti di ricerca, professionisti, esperti e singoli cittadini).

Il processo di concertazione sfocia nell'approvazione di un **Documento Programmatico a scadenza decennale** (ovvero rinnovato ogni due legislature) fra il servizio pubblico radiotelevisivo e crossmediale, l'Amministrazione Centrale dello Stato e gli Enti locali, in sostituzione dell'attuale Contratto di Servizio fra Rai e l'ex Ministero delle Comunicazioni

## **6 Consiglio dei Governatori**

Le tre principali cariche dello Stato (Presidenza della Repubblica, Camera dei Deputati, Senato delle Regioni (oppure Presidente Conferenza Stato Regioni) procedono alla nomina del Consiglio dei Governatori a capo della Fondazione titolare delle azioni del Servizio Pubblico radiofonico, televisivo e crossmediale.

Il Consiglio dei Governatori riprende la funzione di vigilanza sull'operato dell'azienda attualmente ricoperto dalla Commissione Parlamentare che mantiene la sua funzione di indirizzo estendo il proprio raggio d'azione all'intero sistema delle comunicazioni.

La durata del mandato del Consiglio dei Governatori è di nove anni. A scadenza triennale si procede al rinnovo di un terzo dei loro membri. I Governatori devono attenersi a precisi e cogenti vincoli di mandato come quelli assegnati per i Commissari dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. (ad esempio non possono alla fine del mandato esercitare incarichi in società operanti nel settore delle comunicazioni: vedi casi del ex Commissario AGCOM Meocci in Italia e dell'ex Commissario UE Bangemann). Il Consiglio dei Governatori assume la titolarità del servizio pubblico radiofonico e multimediale. Nomina i membri del Comitato di Direzione a capo del Gruppo Rai formato da una Holding, da società operative con finalità distinte e da società consociate e collegate.

Risponde dell'operato del Comitato di Direzione nei confronti di soggetti terzi istituzionali (Commissione Europea, Governo centrale, Enti Locali, Commissione Parlamentare di Indirizzo sul sistema delle comunicazioni, Authorities di settore...).

Nota Bene: non vi possono dunque essere convocazioni e audizioni in sedi terze di responsabili editoriali o di membri del Comitato di Direzione incaricato della gestione operativa del servizio pubblico. Possono essere dunque convocati dalla Commissione di Indirizzo sulle comunicazioni unicamente il Presidente della Fondazione o eventuali altri Governatori

## 7 Comitato di Direzione

Il Consiglio dei Governatori titolare della Fondazione nomina all'inizio del suo mandato i membri del Comitato Direttivo incaricato della gestione operativa del servizio pubblico: L'amministratore delegato unico della Corporate, i dirigenti delle macrodirezioni di genere e gli amministratori unici delle società operative e consociate.

### 1. L'Amministratore Delegato unico della Corporate a capo del nuovo Gruppo Rai

2. i Dirigenti delle macro aree editoriali ognuna dotata di un proprio micro supporto gestionale e di personale incaricate di realizzare i prodotti dei vari generi (Cultura, Fiction, intrattenimento e spettacolo dal vivo, Educazione e alfabetizzazione, sport, altri generi), destinandoli a tutte le piattaforme (radiofoniche, televisive e multimediali) e non suddivise per singolo medium (radio, televisione, servizi non lineari in rete):

- contenuti a dominante sonora (modello BBC Sound & Music)
- contenuti a dominante visiva (BBC Vision)
- contenuti informativi (il membro è il Direttore Giornalistico responsabile unico della macrodirezione news a capo di un'unica testata Rai suddivise per genere: politica interna, esteri, economia, cronaca, sport, cultura, tribune, ...)
- archivi e servizi (in ottica georeferenziata e destinati alla rete in ottica non lineare)

3. gli Amministratori unici delle società operative e consociate. Le società operative del Gruppo Rai saranno distinte chiaramente in funzione delle proprie finalità "mission oriented", finanziate da fondi pubblici, da quelle "profit oriented", finanziate esclusivamente da proventi raccolti sul mercato. Solo alcune particolari società con doppie finalità potranno mantenere un finanziamento misto attingendo a risorse da canone nel perseguimento delle proprie attività di servizio pubblico secondo quanto definito dalla Magna Charta, purché applichino una chiara e ben distinta separazione non solo contabile (su questo punto sussistono punti di vista diversi in seno alla nostra Associazione)

La durata del mandato dei membri del Comitato Direttivo è di tre anni. **I membri del Comitato Direttivo possono essere confermati a scadenza triennale per un massimo di tre mandati** (parallelamente al rinnovo di un terzo dei Governatori) I singoli membri possono peraltro essere rimossi in caso di sfiducia in qualsiasi momento dal Consiglio dei Governatori e in particolare in caso di mancata approvazione del Piano industriale o del Piano editoriale.

I singoli membri del Comitato Direttivo nominano a loro volta i dirigenti di area di loro competenza, quelli delle società operative/consociate da loro amministrate, rispondendo del proprio operato attraverso il rapporto semestrale inviato al Consiglio dei Governatori.

### **8 Piano industriale e Piano editoriale di legislatura (5 anni)**

In base al Documento Programmatico decennale il Comitato di Direzione predispone ogni cinque anni il Piano Industriale e il Piano Editoriale. Entrambi i piani sono sottoposti a due approvazioni: 1. approvazione interna: il Consiglio dei Governatori ovvero i titolari delle Azioni della Fondazione che le sono state conferite dal Ministero del Tesoro approva con maggioranza dei due terzi (almeno sei voti favorevoli) sia il Piano Industriale sia il Piano Editoriale.

2. approvazione esterna:

2.1 Le due Autorità interessate, AGCOM e Antitrust esprimono parere sul Piano industriale e sulla congruità dell'uso delle risorse pubbliche con le finalità del servizio pubblico radiotelevisivo e crossmediale;

2.2 La nuova Commissione di Indirizzo sull'intero Sistema delle Comunicazioni (e in ambito regionale commissioni parlamentari regionali) approva il Piano editoriale. Può richiedere alla Fondazione chiarimenti o modifiche al piano editoriale qualora non giudicato in linea con gli obiettivi del Documento programmatico o conforme ai principi della Magna Charta.

### **9. Rapporti semestrali di gestione e Rapporto annuale del Consiglio dei Governatori**

La congruità fra l'operato dell'azienda e il mandato definito dal Documento Programmatico viene verificata a scadenza semestrale dal Consiglio dei Governatori che approva **Rapporti semestrali di gestione** predisposti dal Comitato di Direzione.

In base a questi rapporti semestrali di gestione, Il Consiglio dei Governatori presenta un **Rapporto annuale al Parlamento** che sarà oggetto di formale approvazione, previa disamina da parte della Commissione di indirizzo sul sistema delle comunicazioni.

### **10. Sfiducia del Consiglio dei Governatori e commissariamento della Fondazione**

In caso di mancata approvazione del Rapporto annuale e di sfiducia per due anni consecutivi da parte del Parlamento, si procede al commissariamento della Fondazione e al congelamento del Consiglio dei Governatori da parte del Ministero del Tesoro sino alla scadenza triennale di rinnovo del terzo dei Governatori della Fondazione.

### **La nuova Governance: chi fa cosa**

Riassumendo: la formazione di una nuova Governance del servizio pubblico crossmediale vede impegnati vari attori con obiettivi chiari e con compiti precisi ai quali sono tenuti a rispondere nei confronti dei cittadini e delle istituzioni:

**Il Capo dello Stato Garante unico del Servizio pubblico radiofonico, televisivo e crossmediale** attraverso la promulgazione della Magna Charta

**Il Governo assicura la concertazione fra i soggetti interessati in occasione del rinnovo del documento programmatico decennale.** Un ruolo chiave dell'Esecutivo nell'applicazione della **Magna Charta**, ovvero nella predisposizione, in concertazione con Parlamento e le Autorità, del Documento Programmatico Decennale di indirizzo strategico contenente gli obiettivi, le modalità di finanziamento e l'eventuale aggiornamento della Magna Charta attraverso un metodo di concertazione trasparente che coinvolge cittadini abbonati al canone, esperti, associazioni (Consiglio Nazionale degli Utenti, organismi di categoria, sindacali e imprenditoriali) e grandi istituzioni scientifiche (Accademia dei Lincei, Conferenza dei Rettori,...).

**Il Parlamento esercita un'attività strategica di indirizzo generale** approvando il Piano editoriale di legislatura e il Rapporto annuale della Fondazione, demandando ai saggi a capo della Fondazione il compito di vigilare sull'operato gestionale del nuovo servizio pubblico crossmediale delle comunicazioni.

**Il parere delle Authorities (AGCOM Antitrust, Privacy) e dei Corecom in ambito regionale.** Esprimono parere vigilando sul Piano industriale di legislatura e verificando il rispetto degli obiettivi e degli investimenti previsti nel Documento programmatico decennale.

**I saggi a capo della Fondazione svolgono l'azione di vigilanza (sinora assegnata alla Commissione Parlamentare) e di verifica dell'operato** di un gruppo crossmediale pubblico agile e non pletorico con chiare responsabilità assegnate ad un ristretto numero di top manager che rispondono al Consiglio dei Governatori formato da saggi con lunghi mandati e soggetti a precisi vincoli.

**La Fondazione a capo del nuovo gruppo crossmediale pubblico serve ad assicurare una netta separazione fra indirizzo strategico generale** che rimane prerogativa del parlamento e gestione operativa. Il Parlamento non interferisce nella gestione ma approva annualmente l'operato dei Governatori definendo l'importo del canone e dei contratti di servizi allocati ad hoc in funzione degli obiettivi per l'esercizio dell'anno successivo

**I manager operativi: pochi ma con responsabilità chiaramente definite.** Una gestione operativa organizzata su base triennale non soggetta come oggi a incertezze legate alla durata del mandato dei top manager e a verifiche quasi quotidiane ma - salvo casi straordinari - a rigorose verifiche semestrali, ovvero a venti scadenze precise di controllo relativo all'attuazione degli obiettivi previsti nel Documento Programmatico realizzato all'inizio di ogni nuovo decennio, dove sono ben distinte le responsabilità del Consiglio Direttivo di Gestione rispetto ai compiti di pianificazione strategica vigilanza e verifica dell'operato da parte del Consiglio dei Governatori secondo gli obiettivi definiti nella Magna Charta.