

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

7.

SEDUTA DI MARTEDÌ 20 FEBBRAIO 2007

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DELLA IX COMMISSIONE

MICHELE POMPEO META

INDI

DEL VICEPRESIDENTE DELLA VII COMMISSIONE

EMERENZIO BARBIERI

INDI

DEL VICEPRESIDENTE DELLA IX COMMISSIONE

PIERO TESTONI

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		LEVISIVO NELLA FASE DI TRANSIZIONE ALLA TECNOLOGIA DIGITALE	
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i>	3	Audizione di rappresentanti di Mediaset:	
INDAGINE CONOSCITIVA SUL DISEGNO DI LEGGE C. 1825, RECANTE DISPOSIZIONI PER LA DISCIPLINA DEL SETTORE TE-		Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i> ..	3, 15, 19, 24
		Barbi Mario (Ulivo)	16

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: L'Ulivo: Ulivo; Forza Italia: FI; Alleanza Nazionale: AN; Rifondazione Comunista-Sinistra Europea: RC-SE; UDC (Unione dei Democratici Cristiani e dei Democratici di Centro): UDC; Lega Nord Padania: LNP; Italia dei Valori: (IdV); La Rosa nel Pugno: RosanelPugno; Comunisti Italiani: Com.It; Verdi: Verdi; Popolari-Udeur: Pop-Udeur; Democrazia Cristiana-Partito Socialista: DC-PS; Misto: Misto; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.ling.; Misto-Movimento per l'Autonomia: Misto-MpA.

	PAG.		PAG.
Caparini Davide (LNP)	15	Bono Nicola (AN)	29
Carra Enzo (Ulivo)	18	Caparini Davide (LNP)	30
Ciccioli Carlo (AN)	19, 23	De Biasi Emilia Grazia (Ulivo)	30
Confalonieri Fedele, <i>Presidente di Mediaset</i>	3, 19 22, 23	Merlo Giorgio (Ulivo)	32
Falomi Antonello (RC-SE)	17, 22	Moffa Silvano (AN)	31
Floresta Ilario (FI)	19	Polli Feliciano, <i>Vicesindaco di Terni e responsabile per l'innovazione dell'ANCI</i>	26, 35
Moffa Silvano (AN)	17	Romani Paolo (FI)	27, 35
Nieri Gina, <i>Consigliere di amministrazione di Mediaset</i>	23	Vita Vincenzo, <i>Assessore della provincia di Roma e rappresentante dell'UPI</i> ...	24, 29, 33, 34
Pedrini Egidio Enrico (IdV)	18		
Sanza Angelo (FI)	19	Audizione di rappresentanti di Confindustria servizi innovativi e tecnologici:	
Testoni Piero (FI)	15	Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i> .	36, 38, 39, 40
Audizione di rappresentanti dell'UPI e dell'ANCI:		Barbi Mario (Ulivo)	39
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i> .	24, 27, 28, 35	Barbieri Emerenzio (UDC)	39
Testoni Piero, <i>Presidente</i>	33, 34	Romani Paolo (FI)	39
Barbieri Emerenzio (UDC)	24, 28	Tripi Alberto, <i>Presidente di Confindustria servizi innovativi e tecnologici</i>	36, 39

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
MICHELE POMPEO META

La seduta comincia alle 10,20.

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

Sulla pubblicità dei lavori.

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

Audizione di rappresentanti di Mediaset.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti di Mediaset.

Prima di dare la parola al dottor Fedele Confalonieri, presidente di Mediaset, informo che la delegazione è composta dalla dottoressa Gina Nieri, consigliere di amministrazione di Mediaset, dal dottor Andrea Ambrogetti, direttore delle relazioni istituzionali, e dal dottor Mauro Crippa, direttore delle comunicazioni.

Do quindi la parola al presidente di Mediaset, dottor Confalonieri.

FEDELE CONFALONIERI, *Presidente di Mediaset*. Ringrazio il presidente Meta, il presidente Folena e tutti i parlamentari

presenti per avermi dato la possibilità di illustrare la posizione di Mediaset sul disegno di legge Gentiloni.

Parto da una breve presentazione di Mediaset nei suoi numeri e nelle attività più significative, per poi passare alle nostre critiche al progetto governativo, che viviamo come punitivo per la nostra azienda e incapace di aprire e sviluppare il settore, così come si propone, ma capace invece di mortificare la ricchezza dell'offerta tipica della televisione terrestre, l'unica gratuita, la piattaforma universale del servizio televisivo in Italia, diffusa nel 99 per cento delle famiglie.

Tutto quanto dirò in questa mia relazione è sviluppato per esteso nel contributo scritto che consegneremo alle Commissioni.

Carta d'identità: i dati principali. Mediaset è il maggior gruppo televisivo commerciale del paese, che gestisce l'offerta di televisione *free* commerciale analogica e digitale in Italia e Spagna (con il 50 per cento di Telecinco). È quotata alla Borsa di Milano dal luglio 1996. Il suo capitale è posseduto per il 35,54 per cento dal Gruppo Fininvest. Il capitale flottante, pari a circa il 65 per cento del totale, è per la metà in mani straniere, soprattutto fondi americani.

Dall'ultima distribuzione del dividendo risulta che siano ancora oltre 250 mila i piccoli investitori di Mediaset. I ricavi netti dell'anno 2005 sono 3.678 milioni di euro, al 30 settembre 2006 sono 2.672,5 milioni. Per quanto riguarda l'esercizio 2005, 2.748,1 milioni di euro sono di pertinenza della televisione italiana; il resto proviene dal consolidamento di Telecinco. Al 30 settembre 2006 sono stati investiti 1.137 milioni di euro, di cui 745,8 in diritti.

I dipendenti del gruppo sono oltre 4.681 al 31 dicembre 2006, con un indotto diretto di oltre 3.500 persone circa.

L'*audience* media totale delle reti analogiche di Mediaset nel 2006 è del 40,3 per cento. Oltre il 48 per cento delle ore emesse è di autoproduzione; sono 5 mila le ore di informazione prodotte in un anno.

La quota di risorse di Mediaset sul totale mercato televisivo (inclusendo pubblicità, canone, proventi da abbonamenti alle *pay-TV*) è per il 2006 del 30 per cento, 35 per cento per la Rai e 25 per cento per Sky.

La quota di fatturato sul totale mercato pubblicitario televisivo nel 2006 è il 56,7 per cento (ricavi al netto delle agenzie, quindi il lordo è più alto).

Mediaset ha investito nel digitale terrestre oltre 1,2 miliardi di euro, di cui 500 milioni per frequenze e digitalizzazione, il resto in diritti. Nel 2006 ha destinato 950 milioni di euro all'acquisto e alla produzione di programmi audiovisivi europei, e di questi circa 80 milioni sono per film prodotti in Europa (67 in Italia). Parte rilevante dell'investimento in opere europee è destinata a prodotti nazionali (circa 220 milioni di euro solo per le *fiction*).

Oltre alla tradizionale attività delle reti storiche, dal 2003 Mediaset opera con successo nella trasmissione di contenuti digitali. Ha creato tre *multiplex* digitali, di cui uno interamente destinato alla televisione in mobilità in *standard* DVBH. Sono stati lanciati due canali gratuiti solo digitali, Mediashopping e Boing, quest'ultimo interamente dedicato ai bambini.

Mediaset ha lanciato nel gennaio 2005 un'offerta di servizi a pagamento con carta prepagata, che consentono la visione di eventi principalmente di sport e di cinema. Le tessere vendute per i servizi Premium al 31 gennaio 2007 sono 2.686.726 contro 5.807.518 ricariche, con un fatturato complessivo di 177,4 milioni di euro, di cui 89 nel 2006.

Mediaset versa poi 22,2 milioni di euro per canone di concessione, 4 milioni di euro circa per il mantenimento dell'Agcom, 55 milioni di euro alla SIAE per

diritti d'autore, 16 milioni di euro a SIAE e IMAIE per l'equo compenso e 3 milioni di euro all'AFI.

Molto attiva è la presenza del Gruppo anche in iniziative di formazione, che vedono la realizzazione di tre *master* annuali: due con il consorzio IULM, in *management* multimediale e in giornalismo, l'altro, quello di *marketing*, di Publitalia, attivo dal 1988. Completano il quadro il laboratorio di comunicazione e nuovi contenuti RTI, la scuola di televisione tesa a formare figure specifiche della creatività televisiva, il laboratorio di ricerca del linguaggio televisivo.

In questi dati ho segnato il perimetro di un'azienda di successo, che ha saputo conservare il *core business*, ma innovarsi profondamente con l'entrata nell'era digitale. Un'azienda profittevole, con alta occupazione molto specializzata, un indotto concentrato in settori strategici per l'audiovisivo, un impatto virtuoso ed irrinunciabile sulla produzione nazionale, un potente aiuto per le imprese italiane, un'abitudine per il pubblico.

Nello stesso tempo, si tratta di un'azienda parte integrante del cambiamento che sta coinvolgendo l'intero sistema di media e telecomunicazioni, in cerca di un posizionamento nuovo, trasversale alle diverse piattaforme tecnologiche, ancora quasi completamente finanziata da pubblicità e per questo maggiormente esposta ai vincoli normativi di quanto non succeda ad aziende con risorse diversificate. Un'azienda fortemente ancorata all'ambito nazionale di due paesi europei, Italia e Spagna, ma fuori, per il fattore linguistico, dall'immenso bacino di lingua anglosassone. Un'azienda grande in Italia, media però se comparata con i gruppi mondiali di televisione o con i mercati televisivi e pubblicitari degli altri paesi. Un'azienda, per finire, che ha investito moltissimo in tecnologie ed è stata alla testa mondiale di due iniziative esclusive: la televisione sul telefonino in tecnica DVBH (usando cioè le frequenze televisive) e l'offerta di eventi in *pay per view*, tramite l'utilizzo della carta prepagata.

Non vi è dubbio che un cambiamento del quadro normativo, così drammatico quale è quello ipotizzato dal disegno di legge Gentiloni, sarebbe in grado di sconvolgere l'assetto di riferimento attuale, togliendo all'azienda le sicurezze, anche normative, di cui ha profondamente bisogno.

Passando ai rilievi al disegno di legge, partirei dalla relazione. Il primo riguarda l'incompletezza e strumentalità dei riferimenti alla giurisprudenza costituzionale, alle leggi esistenti e all'Europa. Si omette, ad esempio, il costante richiamo della Corte al nesso stretto tra livello di *antitrust* e sviluppo tecnologico presente nel settore televisivo. Altro fatto importante, la legittimità di leggi e situazioni di mercato rilevata dalla Corte, che copre tutte le leggi fino alla fine del 2003.

Impossibile, pertanto, continuare a parlare dell'ambito normativo italiano come di una selva indisciplinata dove ha prevalso la legge del più forte o quella dei fatti compiuti; impossibile, altresì, parlare di una giurisprudenza costituzionale sempre contraria alle norme approvate, tutte invece, Maccanico compresa, chiaramente legittimate dalla Corte.

L'analisi della giurisprudenza costituzionale permette di smentire la tesi secondo cui il sistema televisivo italiano si caratterizzerebbe per una situazione di perdurante deficit di pluralismo, corrispondente ad una protratta violazione del dettato costituzionale. La Corte, infatti, ha affermato la legittimità delle discipline transitorie via via succedutesi, dal 1990 al 2003, e mai ha imposto soluzioni che comportassero il rischio di dispersione di risorse di impresa.

La Corte ha attribuito, invece, al legislatore il compito non di punire imprese esistenti per favorire il pluralismo, bensì di sfruttare al massimo le possibilità offerte dall'evoluzione tecnologica, in modo che il pluralismo sia conseguenza dell'aumento delle voci presenti e non della loro soppressione.

La stessa cosa dicasi per i riferimenti alle Autorità di garanzia. Si continua, ad esempio, a citare l'indagine Antitrust del

2004 sul mercato pubblicitario; niente si dice, invece, delle pronunce dell'Autorità che hanno seguito l'approvazione della legge n. 142 del 2004 e gli sviluppi del sistema televisivo negli ultimi tre anni.

Citiamo le autorizzazioni all'acquisto di frequenze per il digitale da parte di RTI, approvate dall'Antitrust con il parere positivo dell'Agcom, l'autorizzazione all'acquisto da parte di RTI delle frequenze di Europa TV per dedicarle alle trasmissioni della TV *mobile* con *standard* DVBH. Tale delibera è basata sulla constatazione di quote di frequenza in mano a Rai ed RTI lontane dalla dominanza e sull'accertata presenza nel paese di un bacino di frequenze locali ancora ricco, a disposizione degli altri operatori interessati al *trading*.

Pragmaticamente, nel caso di istruttorie (vedi i diritti del calcio) dove alcune condotte di mercato rischiavano di alterare la concorrenza, l'Antitrust ha condiviso i comportamenti di RTI sulla base dell'assunzione, da parte degli operatori, di impegni capaci di rimuovere i rischi anti-competitivi: è il caso di RTI e i diritti sportivi, dove Agcom e AGCM hanno accettato gli impegni spontaneamente assunti da RTI durante l'istruttoria e relativi a durata dei contratti e cessione al mercato dei diritti di piattaforme fuori dalla disponibilità di Mediaset.

L'Agcom è intervenuta, quindi, incisivamente sulla base delle leggi esistenti ogni volta che se ne sia ravvisata la necessità. Dopo la legge del febbraio 2004, ha certificato l'esistenza delle condizioni di legge per l'applicazione del nuovo *antitrust* misto, analogico e digitale; ha chiuso l'istruttoria sulle posizioni dominanti nel 2005, non ravvisandone il verificarsi, ma rilevando che esistevano i rischi di riproposizione degli assetti dell'analogico nel nuovo ambiente digitale.

A correzione di possibili rischi per il pluralismo, ha approvato la delibera n. 136 del 2005, in cui impone a Rai e Mediaset obblighi in ordine allo sviluppo della rete digitale, all'affollamento e alla raccolta pubblicitaria delle nuove trasmissioni in digitale terrestre. Da ultimo, la recente delibera, sottoposta a consulta-

zione pubblica e relativa alla disciplina della cessione del 40 per cento di capacità trasmissiva da riservare a terzi, calcolata su ciascun *multiplex*.

La delibera punta all'esclusione della discrezionalità dell'operatore TV nella scelta dei programmi da trasportare, rendendo aperto e disponibile uno spazio utile per le trasmissioni ai terzi. Una reale misura di abbassamento delle barriere all'ingresso per gli editori terzi che, concretamente e velocemente, ottengono la disponibilità del servizio di distribuzione della loro offerta televisiva.

Molto più incisiva ci pare questa direzione rispetto a quella scelta dal disegno di legge, con l'ipotizzata restituzione delle frequenze da parte di Rai e Mediaset e la loro ridistribuzione a terzi nuovi entranti.

Erronei appaiono i presupposti richiamati nella relazione e relativi alla messa in mora dello Stato italiano sulla disciplina delle frequenze. Di per sé una lettera di messa in mora non comporta l'obbligo di modifiche normative. È una scelta politica quella che ha portato l'attuale Governo a non difendere il diritto italiano, a non rappresentare correttamente la situazione presente nel paese e alla fine a condividere pedissequamente i rilievi europei. Alla fine, l'Europa è stata usata strumentalmente laddove offriva pretesto per intervenire con una nuova legge.

Alcune osservazioni sulla lettera di messa in mora. Prima di tutto, l'Europa ignora la natura transitoria delle norme già esistenti su frequenze e *switch-off*. Queste sono tese a velocizzare la transizione; pianificare frequenze e reti digitali; consentire l'accesso di nuovi fornitori di contenuti a reti digitali aperte, gestite da operatori di rete, con funzioni di *carrier* per il trasporto del segnale altrui; reperire tramite il *trading* delle frequenze gli spazi necessari alla transizione.

Qui va ricordato che il *trading* introdotto dalla legge n. 66 del 2001 era l'unica soluzione possibile e pragmatica per reperire le frequenze necessarie alla transizione, in uno spettro elettromagnetico già pienamente utilizzato.

Non è corretta poi la tesi secondo la quale nuove imprese non potrebbero accedere alle frequenze. Ciò è consentito attraverso i consorzi possibili tra editori di prodotti multimediali che possono acquisire impianti come operatori di reti digitali o attraverso l'ottenimento, aperto a tutti, di una licenza di operatore di rete che di nuovo abilita all'acquisto di impianti. Questa è la strada utilizzata da H3G per la creazione dell'infrastruttura DVBH per la TV *mobile*.

Infine, va ricordato che per le leggi vigenti in Italia chiunque può acquisire la titolarità di un'impresa televisiva subentrando alla quota di proprietà dell'emittente: è la strada attraverso la quale L'Espresso, Telecom Italia Media, il gruppo Ben Ammar/TF1 hanno potuto divenire proprietari di reti TV nazionali analogiche preesistenti.

Sul reale stato delle frequenze del paese, sulla numerosità delle stesse e sulle quote di frequenze in possesso ai diversi operatori (locali compresi, che ne hanno più del 50 per cento), si fa riferimento alla memoria illustrata davanti alla Commissione da Elettronica Industriale, l'operatore di rete di Mediaset.

Un'ultima osservazione riguarda il totale misconoscimento del valore di facilitazione dell'accesso alle reti per soggetti terzi, contenuto nell'obbligo, in capo agli operatori con più di due reti analogiche, di cedere loro il 40 per cento della capacità trasmissiva, ottenuta digitalizzando le frequenze.

La farraginosità dei meccanismi che presiedono alla « confisca »-redistribuzione delle frequenze, l'assenza di norme che governino la pianificazione delle frequenze stesse, fanno sì che il disegno di legge fornisca all'Europa, pur condividendone i rilievi, una risposta fiacca e inefficiente, oltre che punitiva degli interessi degli operatori attuali.

Venendo al contenuto del disegno di legge nei suoi principi generali e nel suo articolato, esso parte dal presupposto non corretto, a nostro avviso, che negli ultimi anni il sistema televisivo sia rimasto congelato nella staticità del duopolio, a tutto

danno di concorrenza e pluralismo e dell'accesso di nuovi protagonisti nell'offerta televisiva.

Questo presupposto giustificerebbe il contenuto pesante e punitivo della proposta governativa, presentata come necessaria per lo sviluppo tecnologico foriero di maggior competitività.

Vale la pena anzitutto sottolineare come il duopolio televisivo abbia da tempo lasciato spazio ad una situazione caratterizzata da tre soggetti - Mediaset, Rai, Sky -, che sul mercato delle risorse televisive complessive, a fine dell'anno prossimo, avranno ognuno un terzo dei fatturati.

A nostro avviso non c'è bisogno di una nuova legge, perché le leggi attuali consentono già di puntare alla rapida digitalizzazione della televisione terrestre. Al riguardo, sembra quantomeno contraddittorio nel disegno di legge lo spostamento della data dello *switch-off* al 2012: per sviluppare un processo se ne ritarda la conclusione!

Alcune altre osservazioni. La diversificazione delle nuove piattaforme e delle modalità di visione dei contenuti video (digitale terrestre, satellite, cavo, TV *mobile* e IPTV) accelera di per sé il confronto della televisione tradizionale con i nuovi *player* e intensifica, quindi, le dinamiche concorrenziali.

Già da oggi è innegabile l'apertura del settore televisivo a nuovi soggetti: H3G, Vodafone, Telecom tramite il DVBH offrono contenuti televisivi ai clienti telefonici, usando frequenze terrestri; ReteA e Telemarket sono confluiti in gruppi come L'Espresso e Telecom Italia Media; si sono costruiti dieci *multiplex* digitali terrestri, che ospitano oggi quasi 30 canali, *simulcast* delle reti analogiche compreso.

Con l'attuazione della delibera Agcom, relativa alla cessione del 40 per cento delle frequenze digitalizzate, ci sarà un nuovo impulso alla presenza di editori nuovi entranti nella televisione. Da sottolineare che, nel caso di cessione della capacità trasmissiva, il servizio di trasporto del segnale offerto ai fornitori di contenuti è

completo e non richiede investimenti aggiuntivi, ma è ottenuto a prezzi di mercato assolutamente competitivi.

Quanto alla costituzionalità del disegno di legge, si rileva come uno dei principi fondamentali della correttezza costituzionale delle norme sia quello della validità *erga omnes* dei contenuti, della generalità dei contenuti stessi, della necessità e della ragionevolezza delle norme, soprattutto quando la legge abbia le caratteristiche di concretezza tipiche di un provvedimento amministrativo.

A nostro vedere, il disegno di legge si caratterizza come una legge-provvedimento palesemente mirata ad infliggere danno al gruppo Mediaset. In particolare, mira ad impoverirlo, sottraendogli risorse pubblicitarie di cui nessun altro beneficerà, imponendo la migrazione al digitale di una rete in tempi non omogenei con lo *switch-off* generale e senza un ancoraggio alla diffusione minima dei *decoder*, in più senza meccanismi in grado di assicurare un utilizzo più efficiente delle frequenze così liberate. Ridefinisce poi in modo arbitrario il SIC, tanto da avvicinarne in maniera sospetta il limite alle dimensioni attuali di Mediaset.

L'inflizione di un danno non fondato su concreti interessi pubblici è incompatibile, a nostro avviso, con i due principi di uguaglianza e libertà d'impresa, costituzionalmente protetti (articoli 3 e 41).

Un altro passaggio è opportuno sulla rispondenza del disegno di legge ai principi comunitari. Quando nella proposta si parla di puntare « ad una più equa distribuzione delle risorse economiche » e si mira a dirottare risorse da un soggetto ad un altro, si va in aperto contrasto con l'articolo 49 del trattato della Commissione europea a proposito di libera prestazione dei servizi.

L'articolo 2 ritaglia « su misura » per Mediaset un'inedita presunzione insuperabile di dominanza delle imprese che superino il 45 per cento dei ricavi pubblicitari televisivi; ciò fino al termine dello *switch-off*.

La norma, sospetta anche di incostituzionalità, non si basa su un'analisi dei

mercati rilevanti condotta secondo adeguati criteri economici, bensì sulla predefinitiva normativa di un mercato — quello della pubblicità televisiva — e sull'individuazione di una soglia massima di ricavi, determinata in via del tutto discrezionale, a prescindere da qualsiasi valutazione dell'effettivo potere di mercato dei diversi soggetti.

L'indicazione per via legislativa di un tetto di fatturato pubblicitario, che equivale a posizione dominante vietata, è estranea ad ogni logica *antitrust*. L'applicazione della disciplina *antitrust* deve fondarsi su considerazioni tecniche, non politiche, sulla situazione economica del mercato e sulla necessità, per salvaguardare l'interesse pubblico, di limitazioni alla libertà di impresa.

Per questo esistono autorità indipendenti con il compito di accertare l'esistenza di posizioni dominanti lesive di concorrenza e pluralismo e reprimere eventuali abusi di potere di mercato.

Le direttive Telecom, poi, per prevenire abusi di posizione dominante, impediscono di imporre misure *ex ante* fuori da specifiche analisi di mercati rilevanti. Le autorità Agcom e AGCM dispongono già di poteri pragmatici e regolamentari in tal senso.

La proposta governativa, assegnando alla legge interventi già rimessi dall'ordinamento nazionale e comunitario alle autorità amministrative, compie una forzatura di dubbia legittimità.

Un rilievo necessario riguarda la possibilità concreta, da parte delle singole aziende, di osservare il tetto del 45 per cento. Sino alla certificazione a fine anno dei fatturati delle altre imprese, non è dato conoscere su quale base debba essere calcolata la soglia invalicabile del 45 per cento e di questo Gentiloni non si cura.

Non esiste, poi, alcun elemento di fatto che permetta di raccordare l'imposizione di una soglia del 45 per cento ai fatturati pubblicitari televisivi con l'esigenza di salvaguardia di pluralismo e concorrenza. Si è detto in ambiti governativi che il 45 per cento non costituisce una soglia al fatturato e che i rimedi proposti (abbassamento

dell'affollamento pubblicitario e/o spostamento di una rete su piattaforma digitale) non bloccano i fatturati delle imprese. Non è vero: la formulazione prescelta dalla legge, che individua nel raggiungimento del 45 per cento del fatturato pubblicitario una posizione dominante vietata, ai sensi dell'articolo 43 del testo unico della radiotelevisione, va invece nel senso di rendere definitivamente insuperabile tale tetto.

Nel caso in cui riduzione dei fatturati e spostamento di una rete al digitale lasciassero un soggetto al di sopra della soglia considerata vietata, l'Agcom sarebbe obbligata a disporre ulteriori misure anticoncentrative, senza poter in tal caso esercitare la discrezionalità che le è propria nell'individuare l'effettiva esistenza di posizioni dominanti. E non è dato capire se Agcom sia addirittura obbligata ad intervenire prima e indipendentemente dall'applicazione delle misure.

Per quanto riguarda la tutela della concorrenza, il disegno di legge non spiega quali siano le carenze normative che rendono necessario un ulteriore intervento di legge. Il risultato, poi, che la norma ipotizzata porterebbe — quello cioè della riduzione del mercato e dell'aumento dei prezzi — è quanto di più contrario allo spirito della concorrenza.

Si invoca anche la necessità del tetto al fatturato ai fini di salvaguardia del pluralismo. È assolutamente indimostrato l'automatismo « parcellizzazione maggiore dei fatturati uguale ad aumento del pluralismo ». Di per sé limitare i fatturati di Mediaset non crea necessariamente le condizioni per l'entrata sul mercato di altri soggetti in grado di proporre reti e programmi al livello di quelli offerti attualmente dalla stessa Mediaset.

A proposito di pluralismo, esiste un ulteriore grado di collisione del disegno di legge con la normativa comunitaria. Si parla di « consolidare la tutela del pluralismo » senza dare elementi utili per definire e misurare il pluralismo stesso. Un recente documento della Commissione europea arriva alla conclusione dell'assenza di nozioni comuni di pluralismo nei di-

versi paesi dell'Unione e fa scaturire da questo un piano d'azione volto ad accertare entro l'anno gli indicatori concreti per misurarlo.

Il disegno di legge parte da un presupposto apodittico — l'assenza di pluralismo — e, non offrendo indicazioni per valutarlo, si espone alla fondata censura di sproporzione delle misure adottate per ripristinarlo.

Nel quadro comunitario, sono diversi i diritti considerati fondamentali che è necessario garantire negli ordinamenti nazionali. Va ricordato che l'articolo 11 della Carta europea dei diritti fondamentali include tra questi non solo il principio del pluralismo, ma anche quello della « libertà dei *media* » che, a nostro avviso, viene irragionevolmente conculcato dal disegno di legge.

L'inclusione delle telepromozioni negli affollamenti orari anziché giornalieri è norma che collide con la direttiva « Televisione senza frontiere » e con la revisione della stessa in corso a Bruxelles. Come si dirà meglio più avanti, il sacrificio delle telepromozioni arrecherebbe un danno certo a Mediaset, agli investitori, al mercato, ma nessuno ne godrebbe: non i *broadcaster*; non gli utenti pubblicitari, privati di una forma piacevole di pubblicità; non i consumatori, che si troverebbero con un'offerta televisiva sempre più povera.

Una considerazione generale: impedire di fatto forme di pubblicità più creativa e moderna porterà sempre di più certe tipologie di prodotti (film, sport, programmi per bambini) ad essere appannaggio esclusivo della *pay-TV*, con l'assurdo di un danno fortissimo per il consumatore finale, obbligato dalla legge, per godere di questi programmi, ad indirizzarsi alla televisione « per ricchi ».

L'articolo 3 del disegno di legge prevede diverse modalità di « liberazione » delle frequenze televisive, prima fra tutte lo spostamento su piattaforma digitale di reti Rai, Mediaset e Telecom Italia Media. Pare di riconoscere nell'ipotesi di legge una tardiva riedizione dello schema anticon-

centrativo della legge Maccanico, basato sul presupposto erroneo dell'esistenza di reti eccedenti.

In un contesto digitale, il riferimento al numero delle reti analogiche come misura del potere di mercato di un gruppo televisivo non ha alcun senso. Quello che succederebbe, soprattutto in mancanza di un ancoraggio per lo spostamento, all'effettiva penetrazione dei *decoder* digitali terrestri, sarebbe un ingiustificato e dannoso impoverimento del sistema televisivo, in generale, ed in particolare della televisione di tutti, quella gratuita.

Incondivisibile totalmente è la presunzione che la restituzione di frequenze analogiche possa costituire scorta per l'entrata di nuovi soggetti e condizione per l'abbassamento delle barriere all'ingresso del settore televisivo.

Più o meno l'iter sarebbe il seguente: si spostano le reti analogiche sul digitale, si assegnano le frequenze così liberate a nuovi soggetti analogici e, di lì a tre anni, lo *standard* analogico spira. Chi ripaga gli eventuali entranti di alti costi e tempi lunghi necessari all'approntamento della rete di impianti per la diffusione dei nuovi contenuti? Senza contare i rilevanti investimenti necessari per offrire un palinsesto appetibile. Quando tutto fosse pronto, anche la data più lontana di *switch-off* sarebbe alle porte. Quindi, si tratta di una norma punitiva per gli operatori esistenti, per gli utenti, ma insieme totalmente inefficace rispetto alla richiesta europea relativa alla redistribuzione delle frequenze.

Altra mancanza che colpisce è l'assenza di qualsiasi riferimento ad un'attività di pianificazione e alle procedure sulla futura assegnazione delle frequenze liberate. L'esclusione di Rai, Mediaset e Telecom Italia Media dal *trading* delle frequenze costituisce un ingiustificato ostacolo al completamento della copertura dei *multi-plex* digitali. Questo con il doppio effetto negativo di lasciare parte dell'utenza televisiva fuori dall'offerta digitale e compromettere gli investimenti altissimi per la digitalizzazione, sopportati dalle emittenti sulla base di precedenti leggi dello Stato (legge n. 66 del 2001).

Vengono poi resi più onerosi i limiti anticoncentrativi nel settore digitale. Il limite alla capacità trasmissiva in capo ad ogni soggetto, l'equiparazione dei servizi *pay per view* ai « canali » utili per il calcolo dell'*antitrust*, sono ambedue misure non necessarie, capaci invece di deprimere l'innovazione e di ridurre l'offerta per i consumatori.

È evidente che, se questa norma fosse legge, Mediaset sarebbe posta nell'impossibilità di continuare ad offrire il servizio Mediaset Premium (eventi *pay* con carta prepagata), che costituisce, oltre che l'unica alternativa all'abbonamento Sky, un vantaggio per l'utente che può avvicinarsi ad un'offerta *pay* a prezzi flessibili.

La norma ipotizza la creazione di un'« Auditel di Stato », di cui sfuggono totalmente le motivazioni; né basta, a dividerne l'ipotesi, la definizione dell'attività di rilevazione dei dati d'ascolto come « servizio di interesse generale ».

Il nostro servizio di rilevazione è agli *standard* tecnici più elevati d'Europa. La società cui è affidata la ricerca di base è la stessa che svolge uguale servizio nel Regno Unito.

La composizione del capitale, che vede in posizione di rilievo l'associazione degli utenti pubblicitari (UPA), è tale da garantire l'obiettività dei sistemi di controllo. Vi è poi di già - a seguito delle delibere dell'Agcom n. 85 del 29 maggio 2006 e n. 13 del 28 luglio 2006 - una sorta di *corporate governance* imposta all'Auditel stessa, in forza della quale un rappresentante dell'Agcom siederà nel comitato tecnico Auditel.

Questo, unito alla sorveglianza sulle rilevazioni che già la legge n. 249 affida all'Agcom, dovrebbe essere garanzia sufficiente di obiettività, pur nel mantenimento di un assetto privato dell'Auditel stessa.

Esiste, comunque, assoluta disponibilità da parte di Mediaset ad accogliere in seno al consiglio di amministrazione di Auditel i suggerimenti e le sollecitazioni che l'Agcom ritenga di rivolgere ai fini di una maggior garanzia di tutti, utenti, investitori pubblicitari, imprese.

Contrariamente alle bandiere sventolate contro, il SIC sopravvive con nome cambiato e con una pesante riduzione delle voci che lo compongono. Si è parlato tanto dell'inutilità del SIC, della necessità di sopprimerlo, ma, se serve a costituire un ulteriore paletto alle risorse delle aziende, ben venga anche nel disegno di legge Gentiloni.

Si chiama « settore delle comunicazioni » e non contiene più le « iniziative di comunicazione di prodotti e servizi », pari a 3.494 milioni di euro nel 2005, un 15,7 per cento sul totale. Come dire: « SIC, purché piccolo, è bello! ». Grazie a questa operazione, infatti, il totale delle risorse da 22,2 miliardi di euro passa a 18,7 miliardi di euro, con una quota del 20 per cento sul totale, che guarda caso è vicinissima - 3,7 miliardi di euro - alla quota Fininvest attuale (3,6 miliardi di euro).

Da rilevare anche la rimozione dell'asimmetria che consentiva a Telecom solo una quota del 10 per cento, contro il 20 per cento di tutti gli altri, e la sostituzione a questa di una norma che vieta all'ex monopolista « situazioni di collegamento o controllo verso imprese in posizione dominante nel settore televisivo ». Un bel vantaggio concorrenziale per l'ex monopolista delle telecomunicazioni, a cui, a differenza delle televisioni, i limiti vengono tolti.

Lasciando ad un momento successivo le considerazioni di analisi economica, partirei senza infingimenti dalla quantificazione degli impatti su Mediaset del disegno di legge, capaci di mettere a rischio fino ad un terzo dei nostri fatturati. Gentiloni dice che questa è un'iperbole: non è così, facciamo un po' di conti.

Vediamo di seguito la quantificazione economica dei danni per Mediaset provenienti dall'applicazione delle misure previste nel disegno di legge: partirei con l'esaminare l'obbligo per i gruppi televisivi di rimanere al di sotto della soglia dominante vietata del 45 per cento del fatturato pubblicitario televisivo. Per come la norma è scritta, al di là di ambigue interpretazioni dell'ultima ora, il dato è chiaro: indipendentemente dai rimedi suggeriti

per legge, la soglia del 45 per cento è invalicabile, pena misure deconcentrative immediate da parte dell'Agcom. Portare Mediaset al di sotto del 45 per cento significa meno 600 milioni di euro di fatturato. Il calcolo è molto semplice. Prendiamo un dato medio di presenza Mediaset sul mercato pubblicitario televisivo del 60 per cento sul totale; applicando una semplice proporzione tra i dati ($60:100 = 45: X$) il risultato è 75, il che significa meno un quarto dei nostri fatturati.

A causa del calcolo delle telepromozioni nell'affollamento orario sono a rischio 200 milioni di euro. Tanto più inaccettabile questa misura quando l'Europa, anche nella nuova direttiva in discussione, non tocca le telepromozioni. Con un *décalage* di due punti dell'affollamento orario, se si supera il 45 per cento di fatturato pubblicitario televisivo, avremo circa 300 milioni di euro in meno. Con il trasferimento di una rete su piattaforma digitale perderemo 350-400 milioni di euro. Si indica l'intero fatturato di Retequattro perché, con lo stop dato dal Governo alla transizione digitale, non sarà possibile recuperare granché dall'emissione in digitale della rete stessa.

È evidente che non avrebbe senso parlare di un danno uguale al risultato aggregato di queste diverse voci; tuttavia, nelle diverse combinazioni delle misure previste, anche di tipo temporale, il danno risultante dall'applicazione dei rimedi, anche se disaggregato, raggiunge sempre 7-800 milioni di euro. E dai conti abbiamo escluso l'impatto negativo di frequenze restituite, quali *asset* più o meno espropriati, e l'impossibilità di continuare l'offerta *pay* (altri 80 milioni di euro a valori 2006).

Tornando al 45 per cento come posizione dominante vietata e analizzandola in termini *antitrust*, l'imposizione di un tetto invalicabile alla raccolta pubblicitaria rappresenta una misura contraria ai principi di promozione e tutela della concorrenza. Anche preventivamente alla posizione assunta dal presidente Catricalà nella recente audizione, la giurisprudenza e i

principi a base della concorrenza sono totalmente « contrari a misure che fissino tetti alle quote di mercato e freni alla possibilità di espansione delle imprese », perché tali tetti « possono congelare il mercato e avere effetti in termini di efficienza » e farlo pone « ostacoli ingiustificati alla crescita dell'impresa la cui quota dipende oltre che dai comportamenti delle aziende, dall'evoluzione del mercato e dalle scelte delle imprese concorrenti ».

Si va poi totalmente fuori strada quando, per analizzare la concorrenza di un dato settore, si consideri solo un versante (quello pubblicitario), mentre Mediaset agisce in concorrenza con gli altri operatori (satellite in testa) su un altro versante, quello delle *audiences*.

Il ruolo dell'editore televisivo è quello di mettere in contatto, tramite il palinsesto, da una parte i telespettatori, dall'altra i produttori di contenuti. La remunerazione dell'attività televisiva classica avviene sotto forma di canone per la televisione pubblica, di introiti pubblicitari per la televisione commerciale.

Con l'avvento della *pay-TV*, i ricavi della televisione, oltre che dagli investitori pubblicitari, hanno iniziato a scaturire dal versante dei telespettatori. Questo impone di riconsiderare i confini del mercato rilevante per la televisione ai fini *antitrust* e di inserire nelle risorse utili al calcolo quelle derivanti da tutte le relazioni esistenti sui diversi versanti.

Sia nel caso della *free TV*, dove i ricavi vengono da pubblicità e canone, sia in quello della *pay-TV*, in cui i ricavi vengono principalmente dalle sottoscrizioni, l'attività degli editori è volta essenzialmente ad attirare il più alto numero di telespettatori (*l'audience*). Questo impone una definizione del mercato rilevante che tenga conto dell'intero ammontare delle risorse televisive.

Porre vincoli solo sul versante pubblicitario (il tetto del 45 per cento) per imprese che operino su un mercato a più versanti, determina significative distorsioni al funzionamento del mercato, quali la riduzione degli investimenti pubblicitari effettuati sul mezzo televisivo, l'incre-

mento del prezzo per contatto praticato agli inserzionisti, la riduzione del volume delle transazioni.

L'essenza del mercato televisivo come «mercato a più versanti» ha come diretta conseguenza per l'*antitrust* la necessità di considerare tutte le risorse che gli operatori utilizzano per assicurarsi il tempo di attenzione del pubblico, quindi, ad oggi, pubblicità, canone, abbonamenti alla *pay-TV*.

L'entrata di nuove imprese televisive su piattaforma terrestre analogica è estremamente improbabile e il disegno di legge non determina condizioni idonee a superare la naturale concentrazione del mercato televisivo e favorire nuovi ingressi. Molto più probabile, invece, che il disegno di legge, ritardando il pieno sviluppo del digitale terrestre, ostacoli il debutto di nuove imprese televisive e diminuisca il grado di pluralismo esistente nel sistema. In tal senso vedi la mancata fruizione da parte di molti utenti non digitali delle reti spostate dall'analogico fino allo *switch-off* totale. Sicuramente il maggior beneficiario della proposta governativa è Sky, che può operare senza limiti nella raccolta pubblicitaria.

Vale la pena di sfatare l'ancora sbandierata opportunità di incremento dei fatturati pubblicitari stampa, a seguito di un taglio alle risorse di Mediaset. Sono trent'anni che FIEG sostiene questa tesi e trent'anni che è incapace di dimostrarla, mentre la realtà del mercato e la dimostrata non sostituibilità dei mezzi televisivi e stampa portano a pensare che effetti depressivi sul versante della raccolta televisiva, prodotti dal disegno di legge, non comportino un innalzamento degli investimenti sulla stampa. Di conseguenza si rileva la non efficacia del disegno di legge sull'aumento delle risorse stampa.

Un ulteriore effetto negativo del disegno di legge si ripercuote sui diversi mercati collegati alla televisione. La forte limitazione dei ricavi di Mediaset comporta, innanzitutto, una riduzione delle sue disponibilità a mantenere gli attuali alti livelli di investimento, con effetti depressivi sulle produzioni italiane ed europee (si

ricordano gli investimenti di Mediaset in *fiction* pari a 220 milioni di euro nel 2006 e gli 80 milioni di euro in film italiani ed europei).

Il disegno di legge contribuisce a creare un ambito economico-giuridico incerto, non favorevole all'adozione di piani di investimento rischiosi e innovativi da parte delle imprese. Ciò si traduce nel rallentamento della crescita economica e in ostacolo all'occupazione del settore. Pensiamo anche alla credibilità della nostra azienda e del nostro paese presso gli stranieri che di Mediaset posseggono oltre il 50 per cento del capitale flottante.

L'ultima parte di questo intervento contiene un'analisi del mercato televisivo europeo, dell'evoluzione dell'offerta multicanale e multipiattaforma e l'esame del ruolo dei *broadcaster* nella transizione; in ultimo i vantaggi, per concorrenza e pluralismo, di una veloce transizione al digitale.

In ciascuno dei cinque principali paesi europei, l'assetto del mercato televisivo presenta aspetti simili, ma anche e soprattutto profonde diversità e caratteristiche singolari o di unicità. L'analisi comparata fra le quote di mercato dei diversi operatori dovrebbe dunque tener conto di queste caratteristiche peculiari che riguardano, ad esempio, il ruolo sul mercato pubblicitario dell'operatore di servizio pubblico, la numerosità dei canali nazionali e locali distribuiti su rete terrestre, il grado di diffusione delle abitazioni che ricevono il segnale in tecnica digitale, il tipo di piattaforma distributiva disponibile, e così via.

La sola estrazione delle quote di mercato mette, comunque, in evidenza che, con riferimento all'anno 2005, in Germania, in Italia e in Gran Bretagna gli operatori pubblici hanno le quote di mercato (sul totale mercato TV ottenuto sommando pubblicità, canone e proventi da *pay-TV*) più elevate, rispettivamente del 48 per cento (ARD e ZDF), del 36 per cento (Rai) e del 31 per cento (BBC); in testa alla classifica, con quote di mercato (sul totale mercato TV) pari o superiori al 30 per cento, si collocano, oltre ai citati operatori

di servizio pubblico, anche l'operatore di *pay-TV* BSkyB (36 per cento) in Gran Bretagna, il *broadcaster* commerciale Mediaset (31 per cento) e altri due operatori di *pay-TV* (CanalPlus e Sogecable) con il 30 per cento a testa. La quota di CanalPlus è destinata ad aumentare dopo la fusione con il concorrente TPS. Considerando soli i ricavi da pubblicità televisiva, sono quattro gli operatori commerciali che hanno una quota superiore al 45 per cento. Questi sono ProSiebenSat1 (46 per cento), ITV (47 per cento, ma in realtà superiore includendo l'insieme dei canali prodotti e collegati ad ITV), TF1 (50 per cento) e Mediaset (56 per cento).

Ciò porta a rilevare come, se il limite del 45 per cento del mercato pubblicitario televisivo fosse applicato in Germania, Gran Bretagna e Francia, i principali operatori TV sarebbero costretti a ridurre i propri ricavi.

Le principali tendenze del mercato che faranno variare le quote, al di là delle specifiche *performance* dei singoli canali e gruppi, sono: lo spostamento significativo, a seguito della maggiore penetrazione delle piattaforme di TV digitale multicanale, delle risorse dalla televisione *free-to-air* verso quella a pagamento che, ad esempio, in Gran Bretagna si appresta nel 2008 a sorpassare come valore percentuale la televisione gratuita; la conseguente crescita delle quote degli editori di canali e servizi di televisione a pagamento e l'incremento delle loro quote di mercato sia sul totale mercato che, marginalmente, su quello pubblicitario; la conseguente riduzione delle quote di mercato (sia sul totale mercato che sul solo mercato pubblicitario) di quegli operatori a prevalente offerta *free-to-air*, che non diversificano e non sviluppano linee di ricavi tramite la distribuzione di nuovi canali e servizi specializzati (gratuiti e a pagamento).

Il mancato o ritardato sviluppo della piattaforma di televisione digitale terrestre (DTT) indebolisce notevolmente la capacità competitiva dei *broadcaster* terrestri a prevalente offerta *free-to-air*, mentre rafforza la posizione di mercato di piattaforme configurate come « proprietarie »

(satellite, cavo e IPTV), che permettono cioè l'accesso degli utenti alla TV digitale sulla base di offerte *premium* veicolate tramite *decoder* proprietario.

Nel processo di formazione della televisione multicanale e multiplatforma, le quattro piattaforme digitali (satellite, cavo, IPTV e rete terrestre) si trovano in differenti stadi di sviluppo, ma soprattutto hanno caratteristiche strutturali e di configurazione diverse. La piattaforma digitale terrestre è l'unica a non essere configurata come proprietaria e ad essere basata su un'offerta prevalentemente gratuita (si ricorda che il *decoder* digitale terrestre abilita alla visione di tutti i programmi indipendentemente dalla TV emittente, Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, Dfree, emittenti locali che siano).

Nel contesto competitivo di sviluppo della TV multicanale e multiplatforma, gli operatori che presidiano la piattaforma terrestre, già arretrata per i tempi lunghi e per le difficoltà della migrazione al digitale, sono esposti a una doppia sfida: fronteggiano il passaggio alla TV digitale multicanale (investendo nell'aggiornamento delle reti e nella creazione di nuovi canali e servizi); competono con nuove piattaforme che offrono servizi integrati in virtù delle loro caratteristiche proprietarie.

In tutti i paesi europei il nascente mercato della televisione digitale terrestre ha ottenuto una configurazione che ha garantito agli operatori della televisione analogica un ruolo centrale e di traino affidando ad essi il maggior numero di canali disponibili.

Concepita non come una « nuova piattaforma digitale » simile alle altre, ma come la piattaforma di sostituzione e di aggiornamento tecnologico di quella analogica terrestre, che - si ricorda - ha la configurazione di servizio universale, la piattaforma digitale terrestre ricolloca gli operatori analogici in un contesto di maggiore concorrenza e pluralismo, permettendo la moltiplicazione degli editori e dei canali disponibili.

Il confronto fra quattro paesi europei mette in evidenza come il peso degli

operatori nazionali di televisione analogica, in termini di numero di canali, sia simile in ciascun paese; il numero degli editori attivi con disponibilità di canali nazionali sia in forte crescita grazie alla piattaforma digitale terrestre.

Un'accelerazione della conversione al digitale permetterebbe una riduzione del numero di quelle famiglie solo-analogiche che, nel corso degli ultimi anni del periodo di migrazione, costituirebbero una parte rilevante del mercato.

Con la data dello *switch-off* posticipata al 2012, fra il 2007 e il 2008 ci sarà circa metà delle famiglie italiane ancora solo analogiche e l'altra già in grado di ricevere, attraverso le diverse piattaforme, servizi di televisione digitale.

Inoltre, il posticipo dello *switch-off* ha un impatto significativo anche sull'emittenza locale che, come è noto, costituisce sul mercato italiano una sorta di televisione multicanale analogica che non ha pari in Europa e che ha, in maniera significativa, incrementato la ricchezza dell'offerta televisiva fruibile da ogni singola famiglia.

Per le televisioni locali analogiche, che non hanno disponibilità di trasmettere in *simulcast* (cioè in contemporanea tramite segnale analogico e digitale) uno *switch-over* rallentato e posticipato significa una drastica perdita di *audience* e dunque di ricavi pubblicitari. Infatti, la progressiva affermazione dell'uso del *decoder* digitale spinge gli utenti a ricorrere sempre meno alla visione dell'offerta analogica, sacrificando così le emittenti presenti solo su questa. Al contrario, se gli utenti passano continuamente dal segnale digitale a quello analogico (per poter vedere canali che non sono trasmessi in tecnica digitale), la stessa offerta digitale si impoverisce di *audience* e ne fanno le spese quei canali trasmessi solo in tecnica digitale, che dovrebbero garantire maggiore pluralismo proprio in virtù di un incremento dell'*audience*.

Il ritardo dello *switch-off* impoverisce allo stesso tempo la televisione analogica e quella digitale gratuita, a evidente vantag-

gio delle piattaforme digitali proprietarie a pagamento, che diventano l'unica via per accedere a un'offerta ricca.

Il modello sotteso al disegno di legge appare arretrato e quindi incapace di comprendere la reale portata e gli effetti dei fenomeni tecnologici in atto. Intervendendo sul solo mercato della televisione terrestre, analogica e digitale, il disegno di legge trascura completamente le dinamiche complessive del mercato televisivo, di quello audiovisivo e del più ampio mercato della comunicazione, nel momento in cui questi sono esposti a radicali processi di trasformazione. Il disegno di legge ignora le specifiche forme di evoluzione dello stesso mercato della televisione terrestre, sul quale vuole intervenire, non considerando che esso si immette nel più ampio e integrato mercato della televisione digitale multicanale e multiplatforma. Adirittura, a testimonianza della parzialità dell'intervento normativo proposto, si evita di occuparsi dell'assetto della Rai, *magna pars* del sistema televisivo, rimettendolo ad un futuro quanto fantomatico disegno di legge specifico.

Non è la prima volta che in Italia la riflessione sul sistema televisivo, ma anche la stessa attività dei decisori, risulta influenzata da pregiudizi ideologici e da una scarsa comprensione delle dinamiche reali del mercato. Alla componente ideologica si aggiunge anche l'indiscutibile difficoltà nel comprendere le più recenti trasformazioni di un sistema che è attraversato da numerosi e forti processi di evoluzione strutturale, che alterano i confini fra i diversi ambiti che compongono l'intero mercato della televisione. L'insieme di questi elementi spinge parte degli osservatori, ma anche dei decisori politici e dei regolatori del sistema televisivo, a preferire punti di osservazione e posizioni di retroguardia, ripiegando nella comoda osservazione di ciò che è più facilmente conosciuto, individuabile e/o riconoscibile: la televisione terrestre per come era negli anni Ottanta e Novanta.

In una fase di forte evoluzione tecnologica e strutturale, come quella attuale, un sistema di regole dovrebbe mostrare

cautela e prudenza e soprattutto dovrebbe tenere in attenta considerazione il contesto evolutivo dei mercati e le prospettive di crescita dei diversi operatori che li presidiano.

Al contrario, il disegno di legge propone un approccio punitivo verso Mediaset, *leader* di mercato dell'offerta televisiva gratuita, che è esposta alla difficile sfida del passaggio alla televisione digitale, su una piattaforma aperta, in un contesto di forte incremento della concorrenza.

L'opinione di Mediaset è che l'applicazione integrale delle leggi esistenti e una transizione veloce al digitale sarebbero misure in grado di favorire - più delle ipotesi contenute nella proposta governativa - l'apertura del mercato televisivo, l'ingresso di nuovi soggetti, un maggior pluralismo di presenze nel settore.

In conclusione, come ho cercato di argomentare dal punto di vista giuridico ed economico, le nostre osservazioni sul disegno di legge sono critiche. Sono più di trent'anni che il Parlamento italiano periodicamente rivolge la propria attenzione al settore televisivo. E ogni volta, indipendentemente dalle maggioranze politiche del momento, ha comunque individuato soluzioni che hanno reso possibile l'esistenza di un sistema televisivo che ha un'offerta tra le più ricche d'Europa, all'avanguardia tecnologica in un settore vivo e competitivo.

Mi auguro che anche questa volta, al di là delle prese di posizione ideologiche e delle naturali contrapposizioni politiche, alla fine si legiferi tenendo conto delle logiche industriali, degli interessi dei telespettatori e delle aziende che ruotano intorno al settore della comunicazione.

Spero, infine, che l'invito del presidente Meta ad una discussione serena trovi in voi convinta adesione, al fine di creare norme rispettose di quei principi di efficacia e proporzionalità che stanno alla base della nostra Costituzione e dei principi costitutivi dell'Europa.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Confalonieri.

Ricordo ai colleghi che per questa audizione, anche se più importante e più impegnativa di altre, valgono le stesse regole: tutti i colleghi hanno diritto d'intervenire, facendo, però, delle domande e non dei discorsi lunghissimi. Raccomando dunque la brevità e la sintesi. Siamo a conclusione di un lavoro che procede da diverse settimane.

Do ora la parola ai deputati che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

DAVIDE CAPARINI. Per l'economia dei tempi, mi limito a tre domande. Catricalà e Calabrò hanno riconosciuto a Mediaset un notevole impegno e dinamismo nella promozione della piattaforma del digitale terrestre, e hanno lamentato, al contrario, un cronico ritardo da parte di Rai. Effettivamente, voi avete dimostrato un grande impegno nell'innovazione tecnologica investendovi 1,2 miliardi di euro. Vorrei dunque capire, in primo luogo, di quanto si potrebbe abbreviare lo *switch-over*, e quindi anticipare lo *switch-off*, nell'ottica del disegno di legge Gentiloni che l'ha fissato al 2012.

In secondo luogo, nello scenario che è stato prefigurato dal disegno di legge Gentiloni, in cui compaiono una preclusione all'accesso al mercato *premium* e il combinato disposto con i limiti pubblicitari, chiedo quale ruolo questi farebbero assumere a Sky che, di fatto, oggi è già monopolista nei contenuti satellitari a pagamento, anche alla luce della recente decisione del Governo - che noi abbiamo contrastato - di concedere una sorta di esclusiva dei contenuti *premium* sulla piattaforma satellitare.

Infine, dato che voi avete fatto una stima di 700-800 milioni di euro di perdita annua per l'approvazione del disegno di legge Gentiloni, vorrei che questa cifra venisse tradotta in posti di lavoro e vorrei capire anche quale portata negativa potrebbe avere sull'indotto del settore televisivo e dei contenuti.

PIERO TESTONI. Anch'io sarò sintetico. Tutte le audizioni che noi abbiamo

svolto finora, in un lavoro complesso e, mi pare, effettivamente utile, hanno messo in evidenza che uno degli elementi che hanno caratterizzato questa prima fase di discussione riguarda soprattutto la asimmetria di un pezzo di riforma del sistema, senza che sia affrontata la legge che riguarda il servizio pubblico. In molte audizioni è apparso evidente a tutti che senza un collegamento immediato con le misure previste sulla Rai, il disegno di legge Gentiloni non solo risulta incompleto, ma addirittura contraddittorio e smentito dalle stesse norme di riforma della Rai che sono, a loro volta, in pieno conflitto con le indicazioni del disegno di legge. Su questo volevo una sua riflessione, perché mi è sembrato un punto non del tutto toccato dalla sua esauriente relazione.

MARIO BARBI. Vorrei ringraziare il presidente Confalonieri per la sua *lectio magistralis*, perché è stata piuttosto ampia e ha spaziato dal diritto costituzionale europeo fino alle evoluzioni del mercato e agli sviluppi tecnologici.

Vorrei difendere, però, il disegno di legge che lei ha così duramente criticato e contrastato. Le domando se considera più appropriato intervenire nell'introduzione di misure che favoriscono il pluralismo e la concorrenza, quale ad esempio una misura, come quella che ci è stata proposta - o suggerita, o evocata, per essere più precisi - dal presidente dell'Antitrust, ovvero il limite all'*audience*. Egli suggerisce infatti che, anziché introdurre dei limiti, dei tetti alla pubblicità o altre misure di tal genere, si pensi a limiti relativamente all'*audience*, come succede in Germania.

Lei ci ha ricordato che Mediaset ha una posizione piuttosto forte nell'*audience*, intorno al 40-42 per cento - mi pare -, mentre in Germania credo che il tetto sia del 40 per cento. Una misura di questo genere non sarebbe certamente lieve rispetto agli effetti che avrebbe sull'impianto di Mediaset.

Peraltro, continuiamo a pensare che la nozione di posizione dominante sia una nozione da mantenere, all'interno della legge, e da confermare, per il bene che

intende tutelare, ovvero quello del pluralismo. La nozione di posizione dominante è presente anche nella legge Gasparri, che lei ha con tanta forza difeso, dicendoci che essa offre il migliore ambiente possibile per consentire lo sviluppo delle aziende presenti sul mercato televisivo, tra le quali Mediaset. La legge Gasparri però vieta le posizioni dominanti in ogni mercato rilevante del sistema. Non concordo con lei che il settore televisivo all'interno del mercato del sistema delle comunicazioni sia quello che lei definisce come la somma di tutte le risorse. A me pare che ci siano due mercati: quello della pubblicità e quello della televisione a pagamento, che sono distinti e che possono essere opportunamente e distintamente regolati.

Non c'è nulla di punitivo verso Mediaset nell'indicare un tetto alla pubblicità, sui cui effetti francamente non concordo. Lei naturalmente può sostenere che l'effetto sarebbe la riduzione di 600-800 milioni, ma mi pare un calcolo molto per eccesso. Nel settore della stampa quotidiana, dal 1981, abbiamo una legge che stabilisce limiti *antitrust* per le tirature (20 per cento) e per le concessionarie di pubblicità (20 per cento), si parla precisamente di « soglie *ex ante* alla concentrazione nel settore delle concessionarie di pubblicità nella stampa: nessuna concessionaria di pubblicità può esercitare l'esclusiva della raccolta per un numero di quotidiani la cui tiratura superi il 30 per cento della tiratura nazionale. La percentuale si abbassa al 20 per cento, qualora la concessionaria di pubblicità sia controllata da un gruppo editoriale che comprende anche società editrici di quotidiani ». Ci muoviamo, dunque, dentro un settore che, per la delicatezza del bene che intende tutelare, prevede opportunamente misure speciali che non sono riconducibili, immediatamente, al diritto della concorrenza ordinario. Il Parlamento ha questa prerogativa, ovvero di sviluppare misure particolari per tutelare un bene particolare.

Infine, sono andato a cercare le presentazioni che Mediaset fa agli investitori internazionali, e ne ho vista una del gen-

naio 2007, in cui prevede un potenziale di crescita del mercato pubblicitario; le chiedo dunque se ci possa dire qualcosa in questo senso. Vorrei fare una osservazione sulla redditività di Mediaset. Lei ci ha parlato di 3.678 milioni di euro di fatturato con un risultato operativo, in Spagna e Italia, pari a 1.200 milioni, ovvero il 33 per cento); sono andato a vedere il bilancio di RTL Group, per avere una idea comparativa, e mi pare di aver trovato un fatturato di circa 5 miliardi, e 750 di margine operativo, ovvero il 15 per cento. Mediaset sarà certo particolarmente capace, ma forse vi è un qualche rapporto con la posizione privilegiata che essa occupa nel sistema, anche in ragione di normative che certamente non l'hanno danneggiata.

ANTONELLO FALOMI. Ringrazio il presidente Confalonieri per averci offerto un punto di vista di parte, come era ovvio che fosse, ma abbastanza argomentato e documentato.

Faccio una breve considerazione di ordine generale e dico che ogni processo di liberalizzazione, come si dimostra in altri settori — farmacisti, benzinai e tutti gli altri — comporta che una parte del sistema soffra e una parte, a volte, guadagni. In generale, i processi di liberalizzazione, come credo che avvenga anche con questo disegno di legge, comportano qualche misura di difficoltà per chi in un certo assetto è nato, è cresciuto e si è sviluppato. Questo mi sembra abbastanza ovvio.

Vorrei ora porre delle domande riguardanti tre questioni. In primo luogo, mi pare che abbia espresso, nella sua relazione, una critica al fatto che la base di riferimento per il calcolo del 45 per cento, a parte la contestazione *ex ante* o meno, sia troppo stretta rispetto a quella che sarebbe necessaria. Vi dovrebbero essere inclusi abbonamenti, il canone Rai e così via. Mi pare che si configuri in qualche modo un tipo di base analogo a quello individuato dalla legge Maccanico del 1997. Le domando, dunque, se sia d'accordo con il limite del 30 per cento previsto con quella base di riferimento.

In secondo luogo, mi soffermo sulle frequenze. Lei sa che l'Europa ha contestato alla legge Gasparri la violazione delle direttive quadro in materia di comunicazione a proposito del meccanismo, previsto dalla stessa legge, di assegnazione delle frequenze nel nuovo scenario digitale. Le domando come concilia l'affermazione da lei fatta, e che io ho sentito, circa la necessità di tener conto, anche nell'ambito del nuovo scenario, degli operatori esistenti nell'analogico con il fatto che la direttiva prevede, invece, dei principi di assegnazione delle frequenze che di questo elemento tengono poco conto perché cercano di fare un ragionamento più obiettivo.

SILVANO MOFFA. Anch'io la ringrazio, presidente Confalonieri, per la relazione abbastanza documentata e per il ragionamento complessivo che ha posto alla nostra attenzione.

Vorrei rapidamente porre due questioni. Abbiamo ascoltato il presidente della Rai, Petruccioli, il quale, oltre a confermare dal suo punto di vista l'approccio sbagliato rispetto al concetto ancora molto diffuso dell'esistenza del duopolio nel nostro paese, ha anche sottolineato l'opportunità — e lo ha chiesto esplicitamente alla Commissione — di affrontare il tema della liberalizzazione delle frequenze in maniera diversa. Petruccioli ha detto — leggo testualmente — che « il disegno di legge parla di una rete per chi ne ha più di due. Pongo una domanda: sarebbe possibile pensare non ad una rete, ma ad una quota della capacità trasmissiva complessiva liberata entro lo stesso tempo? Per la Rai questo sarebbe più agevole ». Chiedo se anche per Mediaset vi sia la stessa valutazione.

Un'altra domanda attiene all'audizione di Catricalà. Qui entriamo nel merito delle questioni che già alcuni colleghi hanno sollevato. Catricalà ha ribadito il concetto — che l'Antitrust più volte ha esternato — circa la non opportunità di porre tetti per quanto attiene alla pubblicità. Tuttavia, c'è un passaggio nella sua relazione — sul quale la Commissione si è anche soffer-

mata nell'audizione - che riguarda il rilievo attinente all'opportunità di andare verso riforme di tipo strutturale, per quanto riguarda l'eliminazione dei limiti, in virtù di quello che possa effettivamente rendere il mercato contendibile. Questo concetto di contendibilità del mercato, che anche lei ha trattato nella sua relazione, la porta a ritenere opportuni interventi di natura regolamentare piuttosto che interventi di natura modificativa, in termini di integrazione della precedente legislazione? In sostanza, c'erano le condizioni, secondo lei, per andare soltanto ad un correttivo che introducesse delle riforme di tipo strutturale in virtù di quello che chiede l'Antitrust o, invece, è stato opportuno un intervento quale quello introdotto dal disegno di legge Gentiloni?

ENZO CARRA. Dottor Confalonieri, proprio all'inizio del suo intervento, apprezzabile come tutti quelli che lei svolge in qualunque sede, perché ormai è uno dei testimoni storici di questa materia, lei ha definito grande Mediaset, ma di dimensioni medie se confrontata con le altre grandi aziende mondiali. Le vostre previsioni per il futuro, a legislazione invariata, quali sono? Lo spauracchio generato da normative poste sul terreno per poi essere qualche volta modificate non finirà per favorirvi? Non sarà colpa dell'arroccamento questa dimensione di medio livello di Mediaset?

Il mercato anche in Italia, in questo ambito, a legislazione invariata, è fortemente mutato, e forse voi, preoccupati come eravate a guardare da una parte, vi siete fatti prendere alle spalle, dall'altra parte. Questo non so se sia colpa dell'arroccamento o di strategie che forse si sono rivelate sbagliate, però, il vostro ruolo di leader storico, in una perdurante crisi di identità dell'ex duopolista, visto che ormai di duopolio cominciamo a parlare un po' meno, dovrebbe essere molto di più che quello dell'estremo difensore. Giocate di rimessa invece che giocare all'attacco, come invece avete fatto al vostro inizio. Avete vinto una partita in attacco e ora vi state difendendo, state facendo catenaccio

da vent'anni, oltretutto con una teoria del complotto che non fa bene a nessuno e che, lo ricordiamo tutti, ha avuto corso anche quando Berlusconi era al Governo.

Questo psicodramma non so - me lo chiedo - se faccia bene anche a voi. Anzi, vi chiedo, arrivando alla conclusione, come immaginate il vostro nuovo ruolo nel mercato globale. Una volta tanto, dottor Confalonieri, si astragga da giurisperiti, causidici, esperti in ricorsi amministrativi, in calcoli del danno emergente e del lucro cessante, e ci dica qualcosa su quello che pensate Mediaset possa fare nel nuovo mercato globale. È da tanto tempo che non ce lo dite. Il modello legislativo, come lei ha detto, sarà arretrato, ma voi, quanto siete arretrati? E nel contesto evolutivo del mercato, come è evoluta Mediaset?

EGIDIO ENRICO PEDRINI. Signor presidente, se lei permette, vorrei riservarmi di presentare delle domande in forma scritta, da far acquisire agli atti, per venire incontro al rispetto dei tempi che lei ci chiede. Proverò in ogni caso a intervenire velocemente.

Volevo avere, in primo luogo, alcune valutazioni di carattere economico circa l'incidenza delle *smart cards* e delle ricariche sul fatturato di Mediaset.

In secondo luogo, se il totale dei ricavi deriva dalla somma di televisione commerciale, *pay per view*, attività di *network operator*, Internet, Teleshopping e quant'altro, vorrei sapere - cosa analoga - qual era l'incidenza delle ultime tre voci sul totale del *revenue* su Mediaset.

In terzo luogo, domando - vado velocemente e mi scuso per la mancanza di motivazioni, che potrò fornire successivamente - qual è il costo sostenuto da Mediaset per l'acquisizione dei diritti *pay* delle squadre di calcio al netto di quanto ricavato dalla cessione in sub-licenza dei diritti agli operatori di altre piattaforme.

Chiedo inoltre se, a fronte della crescita della *pay-TV* sul digitale terrestre, secondo voi, ci sarà un rallentamento nella crescita della *pay-TV* satellitare.

Infine, mi piacerebbe ascoltare le vostre valutazioni sulle indicazioni della Commis-

sione europea relative alle valutazioni di settore della *pay-TV* come mercato a se stante, anche con riferimento all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che ha preso in esame lo specifico mercato delle televisioni a pagamento. Per una migliore precisione, comunque, posso mettere in forma scritta le mie domande, dato che vi chiedo dei numeri e non posso pretendere che li abbiate con voi qui in questo momento.

ANGELO SANZA. Nella sua ampia e puntuale esposizione, presidente Confalonieri, lei ha più volte richiamato il fatto che uno dei soggetti beneficiari del disegno di legge Gentiloni possa essere chi trasmette attraverso il satellitare terrestre, cioè Sky. Le chiedo di darci, un po' più approfonditamente, le sue motivazioni, perché, anche alla luce delle audizioni dei due presidenti delle *Authority*, abbiamo intravisto che è su questo che si gioca la partita. Lei stesso ha detto, infatti, che al termine di circa un anno e mezzo, le entrate dei tre soggetti maggioritari finiranno per essere sullo stesso piano. Le chiedo dunque se può fornirci qualche motivazione più approfondita.

CARLO CICCIOI. Tra noi, c'è chi vi vede con simpatia e chi con antipatia, però che la vostra azienda sia la più grande azienda italiana nel settore, che non sia ovviamente pubblica, è un dato di fatto. Vi chiedo se esista un piano di internazionalizzazione della vostra azienda, in grado di farle assumere un ruolo leader anche nel campo dell'esportazione. Qualsiasi italiano non può non guardare con favore al fatto che un'azienda italiana sfondi in una rete più grande. Volevo dunque sapere - qualcuno parlava di globalizzazione - se c'è una prospettiva da parte dell'azienda di operare investimenti forti in questo ambito.

ILARIO FLORESTA. Complimenti per la sua relazione, dottor Confalonieri. Vorrei che mi chiarisse il rapporto esistente tra l'*audience* e il fatturato di Sky e Mediaset. Poiché si parlava di utili e non utili, vorrei sapere - se ho ben capito Sky

ha un'*audience* del circa 7-8 per cento e fattura, grosso modo, quello che fattura Mediaset - quale deve essere l'incidenza strutturale più elevata di Mediaset affinché non si abbia un fatturato maggiore.

Cerco di essere più chiaro. Se Sky aumenta l'*audience* del doppio, cioè passa dal 7 al 14 per cento, immagino che il suo fatturato, più o meno, raddoppi e quindi assuma una dimensione predominante. È giusto? Vorrei che mi spiegasse questo aspetto.

PRESIDENTE. Do nuovamente la parola al presidente Confalonieri per la replica.

FEDELE CONFALONIERI, *Presidente di Mediaset*. Visto che parliamo di Sky, rispondo subito su questo argomento, anche se non è bello parlare dei concorrenti (infatti, nella mia relazione ho sorvolato, volutamente, su questo aspetto). Sky fa il grosso del suo fatturato, ovviamente, con le sottoscrizioni, con gli abbonamenti; ha infatti 4 milioni di abbonati. Consideriamo Sky il beneficiario di tutta questa vicenda perché esso non ha alcun vincolo sulla pubblicità. Sky ha triplicato il suo fatturato pubblicitario l'anno scorso grazie ad una politica intelligente sui campionati mondiali, nel senso che ha sfruttato bene gli eventi che aveva. Tuttavia, Sky va anche molto al buio. Oggi Sky - ma ho una certa riluttanza a parlare del concorrente in questo senso - è così restia ad entrare in Auditel, al di là di quello che ha detto, perché, anche se possiede 138 canali, a ben guardare, ha un seguito maggiore sui canali dove vengono trasmesse le partite più importanti, rispetto ai canali dedicati al cinema o ad altro; si tratta di quote che si aggirano attorno a poco più dello 0 per cento e che, alla fine, nel complesso, totalizzano l'*audience* di cui stiamo parlando, che però è molto meno del 7-8 per cento (anche se sono certamente più forti in alcune fasce orarie, come quelle pomeridiane dei programmi per bambini). Il loro fatturato, quindi, non ha assolutamente questa prospettiva di aumentare o

raddoppiare al raddoppiare dell'*audience*. Sky dunque è beneficiario proprio in questo senso, perché non ha nessun limite, mentre per noi un limite del 45 per cento è significativo.

Chiedo scusa se rispondo in questo modo, ma sono stato abituato a fare botta e risposta (« a domanda risponde », come si dice nei tribunali). Cerco ora di dare una risposta globale a tutto il problema.

In primo luogo mi soffermo sull'*audience*. Le *audiences* — penso alla Germania — a noi andrebbero anche bene, ma bisogna guardare il contesto storico, ovvero a come si è arrivati alla nostra posizione dominante. Prima si chiedeva se Mediaset fosse disposta all'applicazione della legge Maccanico. Certamente, quella legge peraltro imponeva un tetto del 30 per cento. Ma quello che vorrei sottolineare è che il mercato si definisce proprio attraverso quello di cui abbiamo parlato: il mercato è pubblicità, più canone di abbonamento, più abbonamenti di *pay-TV*, che fanno l'insieme delle risorse, il denominatore dal quale si divide.

Qualcuno ha chiesto in merito ai diritti del calcio — eventualmente ci riserviamo di rispondere successivamente alle domande più puntuali, per le quali ci sono delle cifre da dare —; ebbene, noi abbiamo abbandonato l'idea di avere la *Champions League* perché, per noi, era antieconomico, mentre Sky, che invece ha una clientela ricca in questo senso, se lo può permettere. Questa sera, ad esempio, sulle nostre reti, la partita Milan-Celtic avrebbe registrato il 15-16-18 per cento di ascolti; è chiaro che negli anni in cui ci sono state semifinali come Milan-Juventus o Milan-Inter, si faceva un ascolto altissimo, ma che ci siano tre squadre italiane nelle semifinali di una *Champions League* è un colpo di fortuna che può capitare una volta ogni 50 anni. Per concludere, ritengo che l'*audience* possa essere un criterio da considerare.

Quanto alla posizione dominante, tale questione è affidata alle *Authority*, in tutte le documentazioni. È un classico questo, anche se gli atteggiamenti europei ed americani nei confronti della posizione domi-

nante sono diversi. In America si considera il fruitore ultimo, il consumatore, il destinatario della norma; per questo Microsoft, che ha il 100 per cento in certi settori, non è attaccata. Non è casuale che abbia subito le indagini in Europa e non in America, perché il cittadino consumatore, in America, ha un valore, è considerato; di conseguenza non ci sono problemi di prezzo, non si hanno distorsioni, non c'è l'abuso. In Europa, invece, c'è più un approccio — diciamo — ideologico.

Come si fa a prevedere il tetto del 45 per cento? Il mercato non dipende solo dall'attore, ma anche dai concorrenti. Basti pensare a Sky, di cui dicevamo prima, che ha triplicato, quest'anno, i suoi ricavi televisivi, passando da 70 a 200. Le leggi, dunque, servono per indicare pragmaticamente l'esistenza di un abuso. La legge Maccanico parla di un tetto del 30 per cento: noi lo abbiamo superato due volte e, per questo, siamo stati oggetto di istruttoria. Se si supera il 30 per cento si apre una istruttoria, ma se — come è avvenuto la prima volta — lo si supera per ragioni legate ad uno sviluppo interno, non si è passibili di alcuna sanzione; se invece si tratta di acquisizione, concentrazione o fusione, si diventa passibili di sanzioni, ovvero di provvedimenti deconcentrativi.

Quanto alla stampa e ai limiti, noi non abbiamo un solo *antitrust*, abbiamo anche quello famoso del 20 per cento sulle frequenze; il 20 per cento della diffusione è equivalente al 20 per cento delle frequenze. Abbiamo anche altri limiti *antitrust*, che sono quelli di cui abbiamo parlato finora, a cui si aggiungono, inoltre, gli affollamenti: la stampa potrebbe, ad esempio, fare 50 pagine di pubblicità, ma non ha il limite del 20 per cento o del 18 per cento così puntuale come l'abbiamo noi. Direi che quel limite è più difeso dai giornalisti (*Commenti del deputato Mario Barbi*)... No, mi scusi, la Corte costituzionale aveva riconosciuto quel 20 per cento, se vi era sviluppo tecnologico; non è casuale che un ministro del centrosinistra ci ha dato l'autorizzazione a continuare per Retequattro, perché la legge Maccanico riconosceva che Retequattro non sarebbe

andata sul satellite fino al raggiungimento di un congruo numero di parabole. Nell'ultima sentenza emessa, la Corte ha confermato che tutti i provvedimenti che erano stati fatti erano legittimi. Nella polemica che si legge sui giornali, la Corte viene spesso tirata in ballo a sproposito. Non vorrei, però, essere dispersivo.

Relativamente alla domanda sull'abbreviazione del termine, l'Europa ha indicato il 2012, ma Francia e altri stanno andando verso il 2010 e sottolinea che quella data sarebbe comoda per tutti quanti; la data fissata dal Governo precedente era il 2008.

Rispondendo ad un'altra questione, come detto in precedenza, Sky ha più pubblicità e ha 138 canali, che possono aumentare. Il discorso sul mercato a doppio versante è anche questo: quando uno spettatore ha 140 canali da scegliere - e parlo soprattutto di un'*audience* forte come questa - ha la possibilità di pigiare 140 tasti fino a trovare quanto può interessargli. Se non lo ha trovato nelle sei reti classiche, compresa La7, può comunque scegliere qualche altro canale. C'è un impoverimento della nostra *audience*, quindi c'è concorrenza su *audience*, su risorse e quant'altro. Di questo bisogna tener conto.

Non me la sento di tradurre questo in posti di lavoro, e sono restio ad usare questi argomenti. Ricordo di qualcuno che ci parlò di ricatto occupazionale: è una parola che non condivido e non mi piace usarla, perché vorrei che continuassimo ad assumere persone.

Per quanto riguarda la domanda sui nostri progetti per l'avvenire, abbiamo già fatto diverse cose: ad esempio, Telecinco ha il 32-33 per cento di Ebit nell'ambito di un quadro competitivo totalmente diverso, con quattro private e tre pubbliche. Del resto il quadro competitivo dipende dalle condizioni di nascita, dalle ragioni storiche. Qui, infatti, abbiamo molto meno - il 24 o 25 di Ebit - rispetto ad altre aziende. Possono esserci periodi nei quali - magari perché abbiamo venduto il 3 per cento di Telecinco - nei bilanci si ritrova una plusvalenza, ma di norma oggi ci aggiorniamo intorno 24-25 per cento. Da quando siamo in borsa, abbiamo pagato 3 mila

miliardi di vecchie lire di tasse, e questo lo dico con orgoglio, perché abbiamo potuto dare alla comunità delle risorse importanti.

Quanto alla possibilità di andare all'estero, faccio notare che quattro delle nostre persone sono in questo momento in Cina (io stesso vi sono andato ad aprile). È un mercato straordinario, dove i telefonini sono già il numero uno e le televisioni, quando vai a Pechino - noi siamo andati a Pechino -, ti lasciano sbalordito con una *audience* che, se è bassa, è di 250-300 milioni di persone. Pensa che programmi si potrebbero fare! Però è tutto da scoprire: in quel paese vi è il capitalismo, ma le regole sono quelle che sono e dalla sera alla mattina si possono trovare delle sorprese. Però, relativamente alla nostra globalizzazione, faccio notare che abbiamo un *know how* pubblicitario; noi, con Publieurope, raccogliamo pubblicità per almeno una quindicina di antenne europee, anche nostre concorrenti, come, ad esempio, Antenna Tres; ci sono alcune aziende, le multinazionali, che fanno un investimento unico per tutta l'Europa, e quindi, se si è bravi a raccogliere, si lavora con profitto. Questo è il nostro *know how* principale, più di quello televisivo.

Mi preme inoltre sottolineare che in questi due anni noi ci siamo inventati una cosa che non esiste da nessun'altra parte d'Europa e del mondo, ovvero la carta prepagata - è un qualcosa che abbiamo inventato noi mutuandolo dal telefonino - da inserire nel *decoder* per avere la *pay-per-view*. Noi la chiamiamo televisione per meno abbienti perché, mentre con Sky l'utente è costretto a comperare l'abbonamento, con questa modalità può, con 5-6-7 euro, vedere la partita, magari insieme agli amici o al bar.

L'altra innovazione è quella relativa ai telefonini; abbiamo inventato la televisione sul telefonino, insieme alla relativa creazione della rete, e, mentre H3G l'ha fatta per sé, noi l'abbiamo messa a disposizione degli altri operatori italiani.

Quanto alla possibilità di andare in giro per il mondo, dobbiamo essere anche piuttosto chiari: la lingua italiana non è

diffusissima e, quando si produce una *fiction*, anche bellissima, bisogna tener conto che il mercato è ristretto. Al contrario, quando si realizza un prodotto in inglese, questo sfonda dappertutto e ha miliardi di spettatori.

Vorrei sottolineare infine una ultima difficoltà relativa a tale questione. Noi stavamo andando a riprendere, ad esempio, la trattativa con ProSieben, ma oggi abbiamo dovuto constatare che i *Private equity* fanno una concorrenza con delle offerte strepitose, proprio perché l'approccio è finanziario (investono qui, in Cina, in Australia, ovunque, e, fra tre anni, vendono). Noi invece siamo tenuti alle quote di mercato che abbiamo, al rispetto dei nostri azionisti dei quali, come avete visto, la metà sono stranieri: se non gli offri quella redditività di cui abbiamo parlato prima, non comprano i tuoi titoli oppure se ne disfano, perché il mondo, del resto, è pieno di soldi e di competitività. Il discorso sulla globalizzazione è vero, però, intanto, il *core business* va preservato. Quindi, se ti portano via 600 o 800 milioni, diventa difficile. Su questo farete un atto di fiducia nei miei confronti, non vengo qui a fare il magliaro; vi ho presentato l'aggregato, non il consolidato, ed è chiaro che poi, nel caso in cui il provvedimento Gentiloni dovesse essere approvato con la previsione di quel tetto pari al 45 per cento, ci impegneremo con tutte le nostre forze pur di cercare di superare le difficoltà. Questi, però, sono i dati matematici, non c'è nessuna iperbole, non c'è nessuna esagerazione, è ben lungi da noi la voglia di fare la commedia. Qui siamo nel tempio della democrazia, non siamo venuti a fare i piazzisti al mercato.

Quanto al discorso sull'inclusione o esclusione della Rai, secondo noi dovrebbe essere inclusa.

Relativamente alla domanda circa la nostra valutazione del mercato pubblicitario, è ovvio che, quando si incontrano gli analisti, all'inizio dell'anno, si spera che vi sia un mercato positivo. Certamente oggi il mercato pubblicitario soffre, non è quello di qualche anno fa, però, se l'economia va meglio — e gli indicatori sembrano andare

in questo senso —, è logico che il mercato la seguirà. Però, quando oggi, andando nei *road show* in giro per il mondo, ci viene chiesto quale visibilità abbiamo sui nostri fatturati pubblicitari, non possiamo far altro che fornire dati a breve termine. Abbiamo dei contratti quadro che stipuliamo con le grandi aziende per l'anno, ma la campagna su un marchio o su un prodotto viene decisa, spesso, all'ultimo momento e quindi la visibilità, sui fatturati, è veramente molto ridotta (questo avviene già da due o tre anni).

Della redditività abbiamo parlato. All'onorevole Falomi mi pare di aver risposto in merito alla questione del 30 per cento.

ANTONELLO FALOMI. Mi premeva conoscere un suo parere sulla violazione delle direttive quadro contestata in sede europea.

FEDELE CONFALONIERI, *Presidente di Mediaset*. Ecco, la contestazione è quella. Il *trading*, che avete previsto voi con una disposizione legislativa, è uno strumento intelligente che ci ha consentito di far decollare il digitale terrestre. Abbiamo comprato, come era indicato in quella legge, le frequenze, anche da operatori locali. In Italia si sono costituiti 10 *multiplex* e ci sono oggi 30 possibilità sul digitale terrestre, ovvero 30 programmi visibili. L'Europa ha contestato il *trading* perché temeva che si riproducesse la posizione dell'analogico, ma questo, l'ho detto nella relazione, per me è molto criticabile. Tale meccanismo doveva essere difeso perché — a parte il fatto che non ha colore politico, dal momento che è stato varato dalla maggioranza del 2001 — ha consentito un avvio intelligente. L'Italia ha tutte le frequenze occupate, perché vi sono 700 televisioni locali. Ora, in altri paesi c'è la riserva dello Stato e quei paesi, come Francia, Spagna, Gran Bretagna, che vogliono fare il digitale, mettono a disposizione dell'operatore un certo numero di frequenze, uno *spectrum*, come si dice in inglese, che l'operatore televisivo viene ad occupare.

In Italia, tutti lo sappiamo, la televisione è nata occupando, comprando e vendendo le frequenze; noi lo abbiamo fatto per Canale 5, abbiamo comprato da Rusconi Italia 1, e dall'allora Mondadori Retequattro. Questa è la nostra storia. Nel digitale, si è riproposto il modello già seguito per l'analogico, quindi, l'evoluzione è stata in quel senso. Si poteva dunque rispondere veramente con delle ragioni, invece di mettere la testa sotto la sabbia senza dire nulla e fare una cosa che a mio avviso non funzionerà. Se questo provvedimento passerà - ma spero che passi modificato -, e noi e la Rai saremo costretti tra un anno a restituire, in una sorta di collazione, le nostre frequenze, voglio proprio vedere se ci saranno degli investitori disposti a comprare le frequenze, a spendere molti soldi per digitalizzarle e per comprare i programmi! Noi abbiamo già digitalizzato quelle frequenze che abbiamo comprato e abbiamo messo le torri e tutto il necessario! È nato tutto in quel modo! Non è casuale, infatti, che, nel corso di alcune interviste, Pelliccioli, De Benedetti e altri operatori abbiano detto tutti di non essere interessati ad entrare. I motivi sono proprio questi.

GINA NIERI, *Consigliere di amministrazione di Mediaset*. Relativamente al discorso di Petruccioli, sulla possibilità di andare verso un'ipotesi di cessione di capacità trasmissiva piuttosto che cedere le reti, che, del resto, è anche quanto detto nella relazione introduttiva dal presidente Confalonieri, mi preme sottolineare che, per noi, questa è la strada maestra da seguire. Faccio riferimento a quel 40 per cento che l'Authority sta comunque portando a compimento nella delibera relativa.

Alla domanda se siamo più favorevoli ad un'ipotesi di regolamentazione delle Authority piuttosto che ad una soluzione normativa, rispondo che siamo assolutamente convinti che ci sono già, specialmente per quanto riguarda le definizioni delle posizioni dominanti e le misure eventualmente correttive da mettere in piedi, le possibilità, applicando le leggi esistenti, di

vedere realizzato questo tipo di intervento da parte delle Autorità, che hanno un potere regolamentare molto più flessibile per regolare il mercato.

L'onorevole Sanza aveva posto una domanda sull'internazionalizzazione, ma mi pare che abbiamo già risposto.

CARLO CICCIOI. Volevo una sua risposta in merito ai progetti di espansione sul mercato.

FEDELE CONFALONIERI, *Presidente di Mediaset*. Le opportunità sono come dei treni che passano. Ci sono dei paesi dove si apre una opportunità, ma poi bisogna fare i conti con le proprie possibilità. Si possono verificare due situazioni: si può acquistare un'attività che è già avviata, per cui bisogna pagare il cosiddetto *goodwill* (quindi al meglio per il venditore); oppure si può comprare un'attività sul nascere, e la si costruisce da sé (quello che abbiamo fatto in Spagna). Ci sono poi dei mercati dove si potrebbe investire, ma sono mercati poco rilevanti, come la Bulgaria, o la Romania; ogni tanto capita un'offerta di questo tipo, ma, come dico spesso ai nostri collaboratori, c'è una grande differenza fra andare in questi paesi per mettere una bandierina sulla carta geografica, e andarci per realizzare fatturato o utili, che è il nostro scopo. Ogni tanto c'è qualche *soi-disant* grande manager; ricordo, ad esempio, il piccolo genio di Vivendi, Jean-Marie Messier, che ragionava in termini di *pouvoir* - i francesi usano spesso la parola *pouvoir* più che guadagno, o altre cose - e che, alla fine, dopo aver comprato molto, era sull'orlo della bancarotta. Al contrario, un grande finanziere, il maggior azionista di Airtel, l'ha comprata quando costava poco e poi l'ha venduta; però, ha fatto tutto questo andando nei singoli mercati e lavorando molto. Sono due approcci diversi.

Oggi, però, le condizioni da affrontare sono quelle di un mercato finanziario vivace, con molti soldi e con la presenza delle *Private equity*, e non soltanto nel nostro settore. Del resto, è facile vedere quante aziende, che vengono comprate e

mantenute, magari per 2-3 anni, con costi ridotti, con riduzione di personale, anche selvaggia, poi magari tornano sul mercato successivamente. La globalizzazione, ormai, vuol dire proprio questo, ovvero il mondo inteso come perimetro, e alla fine, se si è mossi da una logica industriale, non si può competere.

Ringrazio tutti per averci ascoltato con pazienza.

PRESIDENTE. Ringrazio molto il presidente Confalonieri.

Dichiaro conclusa l'audizione.

Sospendo la seduta.

La seduta, sospesa alle 12, è ripresa alle 18,35.

Audizione di rappresentanti dell'UPI e dell'ANCI.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti dell'UPI e dell'ANCI.

Comunico agli onorevoli colleghi che per l'UPI sono presenti il dottor Vincenzo Vita, assessore della provincia di Roma, il dottor Paolo Mengozzi, funzionario della provincia di Roma, la dottoressa Barbara Perluigi, dirigente dell'UPI; per l'ANCI il dottor Gerardo Capozza, sindaco di Morra De Sanctis, il dottor Feliciano Polli, vicesindaco di Terni e responsabile politico per l'innovazione, il dottor Roberto Pella, vicesindaco di Valdengo, la dottoressa Moira Benelli, il dottor Ferrero Gabrielli e il dottor Pietro Zen.

EMERENZIO BARBIERI. Signor presidente, intervengo sull'ordine dei lavori per chiederle quanto segue. La seduta odierna prevede anche l'audizione dei rappresentanti della Conferenza dei presidenti delle regioni e delle province autonome: sono scomparsi ?

PRESIDENTE. Chiedo scusa per non avervi informato in anticipo. I rappresentanti delle regioni e delle province autonome arriveranno alle ore 19,30. Partiamo quindi con lo svolgimento dell'audizione dei rappresentanti di UPI ed ANCI a cui do la parola.

VINCENZO VITA, *Assessore della provincia di Roma e rappresentante dell'UPI*. Vi ringrazio per l'opportunità offerta all'organizzazione che rappresento ed anche a me di tornare in questa sede, in cui ho trascorso un periodo gradevole, ancorché talora conflittuale.

Mi atterrò al ruolo che svolgo, quindi desidero fugare ogni dubbio sull'eventualità di introdurre — se non per inciso — temi che esulino dai motivi per i quali l'Unione delle province italiane — come le altre associazioni degli enti locali — è stata convocata.

Mi preme innanzitutto esprimere, essendomi tra l'altro occupato di questo settore, una valutazione complessivamente positiva del testo in discussione. Si tratta di un testo equilibrato, che affronta forse solo una parte dell'universo multimediale entro cui ci muoviamo: si tratta di un limite che caratterizza tutta la nostra normativa, la quale talvolta stenta ad adeguarsi all'innovazione tecnologica, che ormai corrisponde all'attuale comunicazione. Mi riferisco ai rilevanti temi della televisione attraverso Internet, della nuova stagione dei cellulari, della rete delle reti, argomenti che suppongo siano oggetto quotidiano dell'attività delle vostre Commissioni. Il testo fornisce tuttavia un criterio ed un modello di approccio interessanti.

Alcuni temi, che attengono proprio alle autonomie locali, potrebbero essere approfonditi. La *vexata quaestio*, da molti anni dibattuta, è lo specifico ruolo locale, laddove oggi, presidente e deputati, il termine « locale » ha un senso diverso e nuovo rispetto a qualche anno fa, perché oggi il locale è la tessera del mosaico globale. I giapponesi coniarono un neologismo sgradevole e tuttavia significativo, *glocal*, in cui globale e locale si intrecciano, e non può esservi globale senza un locale autorevole.

Proprio nelle circostanze evolutive del sistema dei media o della società postmediatica che stiamo vivendo, il locale diventa per sua natura un soggetto comunicativo. Vi si intrecciano numerose esperienze e indubbiamente — tema che preme sottolineare maggiormente — necessita di maggiore spazio, laddove sia inteso come grande categoria, da non limitare ad una disamina sull'emittenza locale, che ne è parte rilevante, ma non risolutiva. Oggi, con « locale » si deve intendere quella funzione che garantisce all'innovazione la sua più concreta applicazione.

In questo senso, desidero aggiungere qualche rapida considerazione, la prima delle quali è negativa, e concerne la constatazione di come un articolo del decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005, noto come testo unico della radiotelevisione, appaia del tutto desueto. L'articolo 5, infatti, andrebbe riconsiderato per quanto concerne il comma che vieta alle amministrazioni pubbliche e quindi agli enti locali di essere titolari di titoli abilitativi per lo svolgimento delle attività di operatore di rete o di fornitore di contenuti.

Questo divieto, contenuto nel testo unico, ha un'indubbia motivazione, perché presuppone il timore, da parte dell'emittenza locale, di vedersi sopravanzare impropriamente da enti locali considerati più potenti, o dotati di maggiori risorse, cosa che spesso non accade. Tuttavia, nella chiave di un'evoluzione multimediale intrecciata tra i territori locali e l'ambito nazionale globale, questo divieto appare singolare, perché oggi tutti i soggetti, persino un ragazzo, attraverso il sito Internet *www.youtube.com*, possono concorrere all'immaginario globale del pianeta, ma non un ente locale. Esiste dunque una paradossale mancanza di opportunità, una chiusura a priori.

Nell'eventuale ristesura del testo, presidente, si potrebbe sottolineare come non si proponga di realizzare una televisione generalista, ovvero come le province — ma suppongo che il discorso sia più ampio — non intendano fare concorrenza alla TV locale.

Si tratta, invece, di poter essere un punto di riferimento, come spesso avviene; paradossalmente, è avvenuto anche con il Governo precedente e con l'attuale, i quali, con i bandi del CNIPA, hanno offerto alle autonomie locali l'opportunità di mettere in rete i comuni, con un'evidente contraddizione in seno allo stesso ambito centrale. Si tratta quindi di un'opportunità di concorrere alla multimedialità attraverso la televisione via Internet, la *web TV*, strumenti che possano rafforzare il macroconcetto di *e-government*, ovvero dell'opportunità, anche attraverso la TV digitale terrestre — che non è solamente televisione —, di ampliare, migliorare, fortificare il rapporto tra istituzioni e cittadini. In questa chiave si propone l'abrogazione di tale comma dell'articolo 5, rivedendo il testo complessivo per evitare ogni ambiguità nei riguardi dell'emittenza locale.

In questo tracciato si inserisce anche un'altra ipotesi di lavoro di rilevante fascino, oggetto di discussione presso la Federal Communication Commission e di un interessante dibattito negli Stati Uniti, che appartiene alla più vasta famiglia dell'*open source*, del *free software*, che in questo caso viene definito *creative commons*. Si propone di considerare le frequenze e, più in generale, la rete un grande bene comune, come l'acqua e l'aria, naturalmente prevedendo forme regolatorie da parte dell'autorità pubblica. Tuttavia, proponiamo anche che una quota dello spettro radioelettrico delle onde radio — non solamente le vecchie frequenze analogiche o digitali, ma anche la nuova filiera del Wireless, Wi-Fi, Wi-Max — sia affidata alle autonomie locali, affinché non ne gestiscano in proprio la collocazione nel sistema, ma si rendano *trait d'union* ed interpreti di quel mondo associativo e creativo che potrebbe trovare possibilità di espressione.

Non innovo niente rispetto al dibattito estremamente interessante che si svolge negli Stati Uniti, ove si propone persino di lasciare libera una parte dello spettro facendola autoregolamentare, fatte salve le compatibilità radioelettriche. Ma esiste una normativa in Belgio — paese euro-

peo - per cui una quota è dedicata alla parte non strettamente legata a logiche mercantili del sistema tecnico, rappresentando un bene comune ad uso di quel processo di innovazione oggi molto più veloce di quanto si potesse immaginare non 20, ma anche solo 2 o 3 anni fa. Ritengo che pochi, anche in questa sede autorevole e specializzata, avrebbero potuto supporre solo 2 o 3 anni fa che un gruppo di ragazzi, cui nei convegni nessuno dava ascolto, diventassero *Google*. L'evoluzione è così veloce che talvolta il nostro stesso dibattito stenta a prenderne atto linguisticamente.

Nella normativa è quindi opportuno inserire delle opportunità di apertura. Le autonomie locali possono essere - questo è anche il loro senso quasi ontologico - il punto di riferimento di queste nuove opportunità, non per agire direttamente o con un piano centralizzato localmente, ma per svolgere un ruolo fondamentale nel passaggio che si sta determinando.

Vorrei infine aggiungere una considerazione che riguarda le province e soprattutto quella parte delle autonomie locali che spesso nel dibattito corre il rischio di essere considerata minore. Tralascio qui ogni valutazione su un dibattito istituzionale che si svolge altrove, però desidero sottolineare come proprio in questo campo si evinca un ruolo possibile dell'istituzione provinciale come luogo di coordinamento, di progettazione, ovvero un ente di secondo grado che possa dare voce e *chance* a molti comuni che, altrimenti, avrebbero difficoltà a individuare modelli organizzativi.

In uno schema interessante, se il legislatore lo ritiene opportuno, si può approfondire - potremo essere più puntuali in una memoria articolata anche sotto il profilo normativo - questo capitolo, che non è il capitolo aggiuntivo talvolta inserito in qualche normativa, ma è essenziale per configurare in modo ampio, democratico e aperto un sistema che altrimenti rischia di essere paradossalmente centrato e incapace di seguire adeguatamente la contemporaneità.

Da questo punto di vista, in conclusione, lo stesso digitale - il disegno di legge indica la « fase di transizione alla tecnologia digitale » - affinché non rimanga solo una transizione come altre tecnologie, ma diventi la tecnologia vincente, ha bisogno di non essere esclusivamente televisione, bensì punto di riferimento per un complesso comunicativo assai più ampio e articolato. Con umiltà e assoluta convinzione ritengo che questa sia una delle funzioni peculiari delle autonomie locali e delle province italiane.

FELICIANO POLLI, *Vicesindaco di Terni e responsabile per l'innovazione dell'ANCI*. Per quanto riguarda alcune considerazioni generali, emerge una condivisione dello sforzo che dovremo compiere per lo sviluppo dei comuni chiamati ad un protagonismo utile ai territori e al paese. Sarò estremamente schematico, condividendo alcune affermazioni dell'assessore Vita.

Il nostro orientamento è nel senso di considerare complessivamente positiva l'impostazione del disegno di legge, anche perché auspichiamo si possa sviluppare un pluralismo a livello di paese e anche di territori, punto di partenza debole che necessita di crescita.

Condividiamo anche l'esigenza di proiettare lo *switch-off* in avanti, al 30 novembre 2012, nella speranza di riorganizzare il sistema, e pertanto consideriamo positivamente la proposta e auspichiamo la definizione di regole certe per la gestione del lungo periodo di transizione.

Registriamo però una carenza di indicazioni concernenti le esigenze delle autonomie locali; si tratta di un dato che vorremmo fosse colto e posto al centro dell'attenzione per valutare eventuali interventi in questa direzione. A noi premono la crescita dei territori e la partecipazione dei cittadini. In alcuni comuni, la televisione trasmette unicamente le sedute del consiglio comunale, mentre auspichiamo che nella fase che si sta aprendo i comuni possano sviluppare questo rapporto come elemento di democrazia che si arricchisce nel territorio.

Da questo punto di vista, ci interesserebbe molto un rafforzamento del legame fra servizio pubblico radiotelevisivo e territori, attraverso strumenti da costruire, perché un'azione è già in atto ma questa è la fase in cui - come rilevato dall'assessore Vita - è necessario creare condizioni, senza affidare nulla al caso.

Riteniamo molto importanti anche la crescita e l'innovazione delle emittenti radiotelevisive locali, che ci interessano indirettamente ma in modo profondo, perché queste, che spesso nel territorio mancano o sono prive di mezzi adeguati, potrebbero diventare protagoniste della crescita dei territori e quindi strumenti di dialogo e di conforto per le autonomie.

Questa materia ci riguarda indirettamente, ma è molto interessante per lo sviluppo e la crescita dei territori.

PRESIDENTE. Do ora la parola ai deputati che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

PAOLO ROMANI. Molto velocemente, vorrei chiedere chiarimenti per quanto concerne la citazione del famoso articolo 5, comma 1, lettera *b*) del testo unico della radiotelevisione, che impedisce ad enti locali, ad enti pubblici, anche economici, a società a prevalente partecipazione pubblica di essere proprietari di reti o fornitori di contenuti.

Non ho inoltre compreso le considerazioni del vicesindaco di Terni riguardo ad un nuovo rapporto fra radiotelevisione ed enti locali.

Ritengo quindi che se un'emittente locale avesse ascoltato i vostri interventi di oggi, avrebbe nutrito qualche perplessità. Se non ricordo male, la norma sul divieto assoluto agli enti locali di fornire contenuti e di essere proprietari di impianti fu votata quasi all'unanimità. Non ho dunque capito se la vostra sia una richiesta di modifica dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), nel quale si impedisce agli enti locali di essere produttori di contenuti, chiedendo quindi, nelle more di questo disegno di legge, che complessivamente condividete, di inserire una leggera apertura in questo

senso. Non si comprende altrimenti cosa significhi la proposta di un nuovo rapporto, citata dal vicesindaco.

Abbiamo una quantità elevata di televisioni locali, reputata eccessiva da taluni, e lo stesso Vita, quando era sottosegretario, sottopose al Parlamento l'ipotesi del *trading* delle frequenze, che tendeva alla semplificazione del settore, perché si auspicava di ridurre il numero attraverso il *trading*, giungendo a una per provincia o non più di qualcuna per regione, non certamente una per comune o decine e decine per regione. Forse esso avrebbe potuto semplificare anche i rapporti fra gli enti locali e le televisioni sul territorio. In proposito vorrei essere rassicurato, perché ho colto frasi eccessivamente generiche rispetto al punto che avete adesso esposto.

Infine, ritengo, assessore Vita, che Wi-Max e Wi-Fi costituiscano il passaggio automatico al digitale, non una tecnologia che è possibile abbandonare, come accadde con l'alta definizione 15 anni fa (oggi si sta nuovamente attuando e forse avrà successo). Il passaggio al digitale è un processo automatico della tecnologia, perché se fra 15 anni, in Italia, fossimo ancora in analogico, saremmo in un paese del terzo mondo.

Per quanto riguarda la legge n. 66 del 2001, lei allora era al Governo e quindi la scadenza del 2006 fu stabilita da voi. Digitale non vuol dire solo televisione, e, giustamente, quando parla di Wi-Fi e Wi-Max, lei introduce anche qui una democrazia di prossimità, termine utilizzato da qualche suo collega della Valle d'Aosta, che condivido, perché significa contatto diretto fra cittadino e istituzioni, ovvero possibilità di interloquire quotidianamente. Un *decoder* interattivo può svolgere anche questo servizio, mentre attraverso la tecnologia Wi-Max sicuramente si genera un processo di interattività ancora più forte, più importante, più responsabile, più attivo, più presente.

Vorrei sapere se gli enti locali intendano garantire il proprio contributo anche su questi punti fondamentali come strada parallela del processo di digitalizzazione della televisione.

EMERENZIO BARBIERI. Vorrei rivolgere alcune domande sia all'assessore Vita, sia al dottor Polli, il quale viene qualificato come « vicesindaco di Terni e responsabile politico per l'innovazione ».

PRESIDENTE. Sarà per le politiche !

EMERENZIO BARBIERI. Ecco, appunto. Forse sarebbe preferibile un'osservazione più attenta degli appunti.

Non se ne abbia a male, assessore Vita, ma ritengo che l'abolizione delle province sarebbe un vantaggio per il sistema paese e per le finanze pubbliche.

Vorrei porre tre domande. In primo luogo, non ho capito che cosa dovrebbe essere affidato agli enti locali. Ho tentato di seguire il suo intervento, ma le confesso, assessore Vita, che avrei preferito un appunto scritto, e non il comunicato stampa che lei fornisce ai giornali per informarli della sua audizione, aspetto che non ci interessa e che denota anche, se mi permette, una leggera mancanza di rispetto. Non ho compreso dunque che cosa dovrebbe essere affidato agli enti locali, né, in secondo luogo, perché e in cosa dovremmo prendere esempio dagli Stati Uniti.

In terzo luogo, lei ha fatto riferimento al disegno di legge Gentiloni: vorrei capire, a fronte dei suoi rilievi, se il Governo vi abbia consultato prima di presentare il provvedimento. Lei, infatti, ha formulato un'osservazione aggiuntiva rispetto al disegno di legge Gentiloni anche condivisibile, ma giudicherei davvero strano se il Governo, che considera fondamentale il rapporto con gli enti locali, non vi avesse consultato.

Per quanto riguarda il vicesindaco Polli, ringrazio l'ANCI di aver predisposto una nota per iscritto, in cui però ho individuato alcune contraddizioni. L'ANCI scrive che « il legislatore ha cercato invano di identificare una disciplina organica per l'uso del mezzo radiotelevisivo (...) ». Vorrei sapere se il termine « invano », vicesindaco Polli, esprima un giudizio dell'ANCI. Infatti, presidente Meta, non si sa se sia stato votato un documento in con-

siglio direttivo o si esprimano invece opinioni personali, perché questa mi pare un'affermazione francamente imbarazzante e, almeno per quanto mi riguarda, di non facile comprensione.

Considero ancora più grave un'altra affermazione, secondo cui la legge Mammi, la legge Maccanico e la legge Gasparri tendevano a conservare gli equilibri politici ed economici in atto. Ritengo, vicesindaco Polli, che lei sia stato invitato per esprimere non giudizi politici, bensì le opinioni dell'ANCI.

Trovo davvero strano, inoltre, che l'ANCI accolga con apprezzamento l'iniziativa parlamentare, considerato che questo è un disegno di legge del Governo, cui solo la settimana prossima abbineremo una proposta di legge d'iniziativa dell'onorevole Beltrandi.

Nell'appunto dell'ANCI si legge: « Tutto ciò nell'ottica di attivare strumenti normativi in grado di favorire una "governance cooperativa" — termine importantissimo per chi come me viene dall'Emilia — attraverso processi di democrazia attiva e in base all'integrazione di due ruoli distinti (...) ». La pregherei di spiegarmi questa affermazione, perché ne ignoro il significato.

Sarei anche molto interessato a capire per quale ragione l'ANCI, che non ne ha alcuna competenza, dichiara di condividere la proposta di posticipare al 30 novembre 2012 lo *switch-off*.

Leggo inoltre: « A tal proposito, sebbene non espressamente di pertinenza del disegno di legge in esame, evidenziamo la necessità di un coinvolgimento delle autonomie locali e delle loro associazioni (...) ». Ormai, mi sembra desideriate essere coinvolti in tutto — fra un po' ci sarà anche la richiesta di essere coinvolti nel processo di formazione delle leggi — ma non capisco a cosa dovrebbe mirare il coinvolgimento dell'ANCI, dato che non è stato spiegato né nell'appunto né nel suo intervento.

Segnalo poi un altro passaggio enigmatico: « (...)L'ANCI ritiene necessario costruire congiuntamente dei percorsi, per cui l'informazione pubblica acquisisca un

valore aggiunto per il mercato (...)». Riconosco la mia insufficienza, ma non ho capito e le chiedo di spiegarlo.

Infine, quando l'ANCI chiede, nell'ap-punto scritto che ci ha consegnato, di inserire le attività socialmente utili promosse da voi nei passaggi promozionali gratuiti, non individuo alcuna connessione con il disegno di legge Gentiloni, e ritengo si sia andati fuori tema.

NICOLA BONO. Devo ammettere che oggi l'onorevole Vita ci ha stupiti, perché è abituato a cominciare e terminare i suoi interventi su questi argomenti criticando la legge Gasparri, mentre questa sera l'ha indirettamente esaltata.

VINCENZO VITA, *Assessore della provincia di Roma e rappresentante dell'UPI*. Mi sono attenuto al ruolo che qui rappresento!

NICOLA BONO. Indirettamente l'ha esaltata, soprattutto nel citare le enormi potenzialità — anche sul piano di un maggior coinvolgimento degli enti locali — dell'introduzione del digitale terrestre. Si tratta di una delle parti centrali del suo intervento, quindi prendo atto di una sua rivisitazione — forse involontaria — per cui si riconoscono meriti e oggettive qualità di una norma certamente perfettibile, ma che tuttavia costituisce una pietra miliare nel riordino del sistema radiotelevisivo.

Concordo con i colleghi Romani e Barbieri, perché non ho capito il senso delle richieste formulate oggi da parte degli enti locali, di cui prevedo innanzitutto una valutazione più critica della normativa; infatti, le osservazioni e le ipotesi di lavoro rappresentate mancano di rilevare che questi aspetti non sono inseriti nella norma, non perché non possano esserlo, ma in quanto essa è mirata a definire e disciplinare solo alcuni aspetti che interessavano politicamente la maggioranza. Mi riferisco, ad esempio, al mancato inserimento della riforma della Rai in un provvedimento di riordino del sistema televisivo.

Dovreste essere voi, come titolari di un'azione propositiva, a chiedere al Parlamento l'estensione dello spettro di intervento della normativa. Non si possono infatti avanzare proposte nel merito, così come sono state formulate, partendo dal testo legislativo, che è volutamente limitato, parametrato su alcuni aspetti, e in cui è normale che manchino le questioni sollevate dagli enti locali. Questo era l'aspetto «politico» che andava focalizzato, attorno al quale sviluppare un ragionamento.

Le chiedo, dottor Polli, perché l'ANCI ritenga giusto rinviare al novembre 2012 l'avvio della piattaforma del digitale terrestre. Da un lato, infatti, esso chiede legittimamente che siano posti in essere significativi meccanismi di coinvolgimento gestionale dei comuni, mentre poi riconosce l'opportunità di rinviare l'entrata in vigore della piattaforma terrestre, che, come giustamente rilevava Vita, costituisce la strada maestra per un coinvolgimento e per una capacità di sinergia con gli enti locali stessi.

Chiederei inoltre una maggiore sostanza per individuare la chiave interpretativa delle questioni sollevate, perché non sono affatto convinto, ad esempio, che si debba essere titolari delle reti per intervenire sui loro contenuti. Si deve dunque trovare un modo per cui gli enti locali esprimano le loro ipotesi di lavoro, partendo dalla più appetibile, che potrebbe essere rappresentata da forme di gestione che riducano la portata del contestato articolo 5, comma 1, lettera *b*) della legge Gasparri, ovvero quelle forme che possano creare capacità di rappresentare le associazioni culturali, di servizi, di volontariato.

In conclusione, chiedo di definire meglio il ruolo che gli enti locali vorrebbero fosse loro assegnato e di valutare come sia possibile introdurre questi elementi mantenendo il testo così limitato nella portata. State parlando di una legge che non c'è, perché la lamentela in ordine alla scarsa considerazione delle vostre richieste, se non rapportata alla valenza della norma, non risulta motivata, giacché, oltre alle

vostre, mancano nel disegno di legge molte altre ipotesi di lavoro altrettanto funzionali, così come più volte ribadito dall'opposizione.

EMILIA GRAZIA DE BIASI. Desidero ringraziare i nostri ospiti ed esprimere alcune considerazioni. La prima è in sintonia culturale con il ragionamento di Vincenzo Vita, il cui concetto base — sul quale stiamo lavorando anche con il testo di legge — consiste nella considerazione di come l'innovazione tecnologica cambi non soltanto le modalità di accesso ma anche le modalità di comunicazione.

Il secondo punto riguarda la diversificazione delle possibilità garantite non soltanto dalla digitalizzazione, ma dall'insieme dell'universo multimediale, per quel che riguarda i territori. Indubbiamente, esiste una possibile moltiplicazione di opportunità. Centrerò il ragionamento non tanto sulla comunicazione di carattere istituzionale, quanto sulle opportunità produttive che vengono offerte in modo del tutto inedito dal punto di vista dei contenuti, ma anche dal punto di vista della capacità di sollecitare energie culturali e della comunicazione oggi ampiamente mortificate. Mi sembra infatti che lo scenario multimediale, e in particolare la transizione al digitale, potrebbe consentire di superare la concezione ormai desueta del sistema di comunicazione come sistema federale, a vantaggio di una comunicazione a rete in grado di coinvolgere e valorizzare i territori, indipendentemente dallo stretto confine di carattere istituzionale.

Ritengo che non solo le province, ma anche le regioni debbano giocare un ruolo in questo campo e che il rapporto con la Conferenza Stato-regioni sia essenziale per ridefinire i compiti e le possibilità di un ente locale.

È necessario lavorare sulla definizione del ruolo del soggetto coordinatore istituzionale, perché siamo a cavallo tra esigenze e possibilità di mercato della produzione culturale e una modalità di comunicazione del tutto inedita da parte delle istituzioni, non circoscrivibile entro il

concetto della classica comunicazione istituzionale, visto che emerge la possibilità di utilizzare anche l'interattività per creare un circuito comunicativo virtuoso tra le istituzioni e i cittadini. Ritengo quindi che il lavoro consista nel definire il soggetto coordinatore di ciascun territorio. Poiché sono stati citati finanziamenti per i diversi territori e le diverse istituzioni locali, vorrei sapere se sia già in atto una valutazione al fine di promuovere esperienze del genere.

Con Vincenzo Vita abbiamo lavorato molti anni sull'obiettivo di valorizzazione i territori dal punto di vista della comunicazione ed è sempre stato un compito molto difficile, perché storicamente in Italia sia le imprese di mercato che quelle più legate al servizio pubblico hanno mantenuto la nota rigidità definita « duopolio ». Ritengo sia stata anche una forma di protezionismo, perché la stessa contrapposizione fra un'idea innovativa di questa natura e il pericolo per l'emittenza locale testimonia l'esigenza di aprire e liberalizzare questo sistema, se vogliamo che esso non sia solo lanciato dal mercato, ma abbia un senso per quanto riguarda la vita dei cittadini dei diversi territori. C'è un versante di produzione culturale televisiva legata alla convergenza e un altro versante che interessa il servizio pubblico — ma non solo — concernente la relazione con i cittadini. Vorrei conoscere dunque il grado raggiunto con le sperimentazioni.

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
DELLA VII COMMISSIONE
EMERENZIO BARBIERI

DAVIDE CAPARINI. Depurando le relazioni e gli interventi degli auditi dalle valutazioni meramente politiche e dalle adesioni ai compagni di coalizione, vorrei capire quali siano le rivendicazioni avanzate dai rappresentanti degli enti locali su un testo che su di loro avrà evidenti ripercussioni.

Innanzitutto, desidero conoscere la posizione riguardo all'ente locale che diventa fornitore di contenuti e addirittura edi-

tore, materia su cui abbiamo discusso più volte e si sono sempre scontrate, anche in questa sede, diverse visioni, tra le quali vi è quella per cui la delega alla rappresentazione degli enti locali viene data all'emittenza locale attraverso un sistema di sovvenzione che ripara le strutture dal mercato e attraverso la possibilità da parte degli enti locali di finanziare il mondo dell'emittenza locale con una pianificazione istituzionale a vari livelli.

Ora si sta facendo un salto logico che potrebbe essere devastante per il sistema dell'emittenza locale: consentire agli enti locali di diventare attori e soprattutto editori. Vorrei quindi individuare le posizioni, perché ognuno risponderà delle proprie affermazioni — l'ANCI, rispetto alle migliaia di editori locali che recepiranno con interesse queste proposte — giacché si tratta di smantellare completamente un sistema per sostituirlo con un altro. Dopo anni di lotte per una Rai privatizzata, sento proporre una serie di piccole Rai con un dominio incontrastato del pubblico, pagate con i soldi del pubblico, che fanno concorrenza alle emittenti locali, punto dirimente su cui esigerei una chiarezza assoluta. Sia UPI che ANCI rivendicano questa necessità di maggiore autonomia e protagonismo a livello dell'emittenza locale.

La relazione del dottor Polli si rivela contraddittoria, perché se si concorda con il principio generale di posticipare lo *switch-off* al 30 novembre 2012, non si può sostenere subito dopo che sia essenziale non dimenticare il valore del digitale terrestre, perché o lo si posticipa o si fa di tutto per attuarlo e, poiché la norma oggi prevede uno *switch-off* anticipato rispetto al 2012, le due affermazioni sono leggermente in contrasto.

Vorrei sapere però se la posizione dell'ANCI sia condivisa da tutti i comuni, per cui la maggioranza di essi avrebbe votato un documento che prevede la concorrenza alle emittenti locali e quindi l'esigenza di sottrarre loro le poche risorse di cui godono, che le inducono a fronteggiare affannosamente la concorrenza della Rai, spostatasi sul mercato locale attraverso le

convenzioni previste dalla legge Gasparri, su cui abbiamo tentato di apportare correttivi in sede di modifica del contratto di servizio.

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
PIERO TESTONI

SILVANO MOFFA. Vorrei fare una premessa, soprattutto in riferimento al documento dell'ANCI. Ringrazio l'ANCI per aver sottoposto alle Commissioni un documento scritto e l'assessore Vita per aver svolto delle considerazioni che prefigurano scenari diversi e sicuramente affascinanti, almeno sotto il profilo dell'approfondimento culturale, per quanto attiene al sistema televisivo nel suo complesso.

La premessa è di ordine metodologico, perché quando un'associazione — soprattutto l'Associazione dei comuni italiani — viene invitata in Commissione, ci si attende un suo intervento di natura tecnica che rappresenti il sistema delle autonomie locali e, in riferimento alla normativa in esame, fornisca indicazioni esatte, in grado di individuare esattamente il ruolo dei comuni rispetto alla riforma in oggetto.

Poiché ho avuto in passato responsabilità all'interno dell'ANCI, mi sembra francamente di riscontrare una deriva di ordine politico che non giova neppure ad essere autorevoli nel momento in cui si sottopone alle Commissioni un documento di questo tipo. Pertanto, al pari del collega Caparini, cercherò di depurare da considerazioni politiche il suo documento, per cercare, invece, di porle due domande.

La prima questione riguarda la richiesta di protagonismo degli enti locali nel sistema della comunicazione, problema antico, che non viene trattato all'interno di questo provvedimento, perché — e qui forse avrebbe dovuto essere espressa una coraggiosa valutazione politica da parte dell'ANCI — il ministro Gentiloni Silveri ha escluso la possibilità di far accompagnare questo disegno di legge dal più ampio e articolato provvedimento legislativo riguardante la riforma del sistema radiote-

levisivo e della Rai. Mentre l'assessore Vita, con grande onestà intellettuale, ha sostenuto che questo è un disegno incompleto, perché non prevede la parte di riforma che può articolare una presenza del sistema delle autonomie locali nell'ambito della comunicazione, l'ANCI invece, in maniera molto netta, non interviene su questo argomento.

Qui rilevo una profonda contraddizione: sarebbe stata necessaria una sottolineatura critica perché, se i comuni italiani intendono assumere un ruolo all'interno del sistema delle comunicazioni, avreste dovuto chiedere in maniera esplicita che questo provvedimento si bloccasse e fosse inserito in un sistema di più ampia riforma. La denuncia politica in questo caso sarebbe stata davvero pertinente.

Nel momento in cui l'ANCI ritiene necessaria una diversa articolazione, anche in termini di protagonismo, come fornitore di contenuti da parte degli enti locali, mentre la provincia sostiene la tesi di una riserva di frequenze, entro le quali dovrebbe perimetrarsi un ambito per il sistema provinciale - di cui valuteremo la possibilità -, vorrei chiedere come e con quali risorse gli enti locali prefigurino di compiere questo percorso.

Mi permetto una sottolineatura, assessore Vita. Lei ha prefigurato un sistema molto aperto e molto interessante, citando un dibattito molto acceso negli Stati Uniti, ma le faccio osservare che quello americano è un sistema completamente liberalizzato, dove non c'è alcun divieto, assolutamente diverso dall'ambito su cui viene ad incidere questo provvedimento sul digitale terrestre, in cui esiste una serie di limitazioni, di divieti e di sanzioni.

Apprezzo il suo sforzo riformatore e riformista, oggi molto isolato nella sinistra italiana, ma possiede una sua logica se è conseguente e coerente con questa impostazione e con questo disegno di legge. Mi chiedo come questa sua elaborazione di una presenza della provincia - valuteremo poi funzioni e competenze, e nutro riserve sul fatto che l'UPI possa averne altre addirittura nel campo delle frequenze televisive - sia conciliabile con quello di cui

stiamo discutendo, che è un sistema assolutamente vincolistico, rigido e che per il digitale terrestre, come sottolineato da alcuni colleghi, proroga persino la data, rallentando un processo - da lei auspicato - di accelerazione nell'uso delle tecnologie avanzate, che costituisce la sfida del futuro.

Sottolineo dunque alcune palesi contraddizioni e noto un vuoto di proposta - che mi auguro possa essere colmato - nell'individuare il ruolo degli enti e delle autonomie locali all'interno del disegno di legge in esame.

GIORGIO MERLO. Sarò molto breve, rivolgendo una sola domanda all'onorevole Vita. Nella proposta formulata nell'ultima parte del suo documento - molti colleghi l'hanno già affrontata - lei ha introdotto un tema molto scivoloso. Recentemente in Piemonte è emersa una proposta altrettanto singolare: un terzo dei proventi del canone Rai verrebbe trattenuto dal livello regionale anche con l'obiettivo di favorire un maggior ruolo del servizio pubblico, forse attraverso un canale guidato dalla regione - quindi con il rischio di piegare l'informazione sul livello istituzionale - quasi eterodiretto.

Dicevo che lei ha introdotto un tema scivoloso, perché il problema dell'informazione istituzionale, così posto, rischia di trasformarsi in un boomerang per quanto riguarda la correttezza, l'imparzialità e il pluralismo dell'informazione. L'offerta multimediale è già sufficientemente ricca, variegata, pluralistica e forte, e la revisione di quel decreto legislativo per fornire un ulteriore strumento all'ente locale rischierebbe potenzialmente di impoverire la stessa informazione, a danno di un pesante condizionamento istituzionale.

Mi pare che se si vuole perseguire questo elemento esso vada prontamente spiegato, perché altrimenti si innesca un meccanismo difficilmente governabile, che rischia di stridere con il rispetto scrupoloso dei principi del pluralismo informativo. A me non pare che questa sia la proposta dell'UPI, ma sono curioso di saperlo, anche perché proprio su questo

tema l'ANCI fino ad oggi non ha assunto una posizione ufficiale.

PRESIDENTE. Do nuovamente la parola ai nostri interlocutori per una replica.

VINCENZO VITA, Assessore della provincia di Roma e rappresentante dell'UPI. Ritengo che si debba comprendere il tono e il senso di questo nostro confronto, cui personalmente riconosco un peso istituzionale.

Mi permetto di fare questa sottolineatura perché, se dipendesse semplicemente da me, avrei motivo di replicare in toni accesi ad alcuni interventi, mentre preferisco tacitarmi in quanto — come ha colto l'onorevole Bono — sento di rappresentare con serietà un'organizzazione. I temi espressi non sono frutto di considerazioni estemporanee, e mi permetto pertanto di chiedere di considerarli parte della realtà costituzionale italiana, che ritiene di poter esprimere — giuste o sbagliate che siano — le proprie considerazioni in materia.

Mi dolgo — e chiedo scusa a voi tutti — del fatto che, a causa della fretta, la nota contenga la dicitura « comunicato stampa » e vi chiedo di tralasciare tale indicazione che, anche in considerazione dell'ora, non ha alcuna motivazione. Essa contiene tuttavia sinteticamente le proposte dell'UPI, che qualcuno forse vorrebbe sciogliere. Onorevole Barbieri, mi perdoni di averla chiamata collega, forse in un eccesso di euforia identitaria, che nel caso in questione non esiste. La invito però ad avere rispetto per l'associazione che qui rappresento, l'UPI, un rispetto che merita perché rappresenta numerose province italiane, e che ha in corso una fase di dibattito e di riassetto delle autonomie locali, tema estremamente rilevante, di valore costituzionale.

Per quanto concerne le questioni emerse, ringrazio tutti voi, perché sono qui per prendere appunti, ascoltare ed anche — come fanno coloro che hanno avuto occasione di dialogare con me in altre circostanze — per farmi convincere, laddove sia possibile.

Innanzitutto va chiarito il punto essenziale, posto da diversi onorevoli, su cui è

emersa un'ambiguità, che cerco di chiarire, perché si tratta di un tema non semplice sotto il profilo di un'eventuale cattiva pratica, che però tralascio parlando invece del presupposto formale. L'ipotesi che ho qui rappresentato e che ritengo condivisa anche dall'ANCI costituisce un tema dibattuto in diverse circostanze, sebbene senza averne ancora definito i dettagli.

Questo tema dell'abrogazione della lettera *b*) dell'articolo 5 — posto dall'onorevole Romani, poi ripreso dagli onorevoli Caparini, Barbieri e Merlo — deve essere chiarito, perché la proposta non consiste nel consentire alle autonomie locali ciò che peraltro già la legge n. 223 del 1990 vietò loro, ovvero di fare televisione in senso classico. Ritengo infatti che nessuna delle associazioni — parlo a nome dell'UPI, ma suppongo sia un'opinione diffusa — abbia interesse, intenzione e anche risorse per diventare editore televisivo. Desidero sgombrare il campo da ogni ambiguità su questo argomento, perché so quanto siano attente le associazioni delle emittenti locali sul tema estremamente delicato della concorrenza.

Certamente, onorevole Merlo, condivido le sue perplessità riguardo all'iniziativa piemontese, e ancor meno auspico un'informazione istituzionale, che sarebbe un modo surrettizio di autopropagandarsi nel sistema. Qui si tratta di una cosa del tutto diversa e specifica, che l'onorevole Moffa in parte ha colto, ovvero di considerare come nell'innovazione dei sistemi, nel loro carattere sempre più polimediale e nell'intreccio tra i diversi mezzi, sia oggi ragionevole che, poiché tutti sono almeno potenzialmente fornitori di contenuti, possano esserlo anche le autonomie locali. Esiste una varietà di sensori nella nostra società di informazione che permette a gruppi o a singoli di fornire contenuti: basti pensare ad alcuni casi estremi, amari, come un'esecuzione fotografata con un cellulare e altre pessime pratiche in atto in qualche settore giovanile.

Si tratta dunque di immaginare le autonomie locali come possibili fornitori di

contenuti, quindi non di un'abrogazione *tout court*, ma di una correzione della norma.

Quando, ad esempio, il CNIPA con il Governo precedente redasse il bando nei comunicati dell'*e-government* proprio sulla televisione digitale terrestre, la provincia di Roma, con il comune di Roma e con la regione Lazio, partecipò e vinse in una campionatura di 800 famiglie non abitanti, collocate nelle zone periferiche della metropoli, l'utilizzo di una televisione digitale non in chiave televisiva ma in chiave di servizi.

A questo si intendeva ricollegarsi, ovvero alla considerazione di come la dizione alla lettera dell'articolo 5 impedisca alle autonomie locali di svolgere un ruolo di servizio per i cittadini.

Il testo intervenne successivamente e noi rilevammo la contraddizione, che non fu negata e deve essere sanata. È un paradosso che bandi del Governo rischino di entrare in contraddizione con un testo unico, per un ribadire dopo 15 anni una vecchia norma della legge n. 223 del 1990. Ritengo quindi che vada rielaborata, non per sostituirsi all'emittenza, ma per garantire un ampliamento di quella che definiamo *e-democracy*, ovvero l'opportunità di allargare il campo anche interattivamente con sperimentazioni condotte sul campo. Non saprei valutarne l'eventuale successo pratico, ma ritengo un errore non sperimentare una simile opportunità.

Ciò è tuttavia lontano dall'antica tentazione delle regioni, di qualche grande comune e forse di qualche provincia di realizzare una propria emittente, laddove l'obiettivo è invece seguire opportunamente l'innovazione tecnologica evitando che le autonomie locali ne risultino gli anelli più deboli e periferici.

Sulla definizione formale del testo, possiamo lavorare meglio, perché mi sono limitato a porre il problema e, d'altro canto, ritengo che l'audizione abbia il compito di porre argomenti, permettere a voi di discuterne e di farne l'uso migliore. Vi prego comunque di considerare questo

non come un tema di mera polemica *ex post* rispetto ad una legge, bensì come una proposta positiva.

Anche l'altra proposta da noi formulata, oggetto di una opportuna richiesta di chiarimento, non è improvvisata e — onorevole Moffa — non è collegata all'antico tema delle regole, che mi riporta ad altre stagioni. Chiunque desideri consultare le *rules* degli Stati Uniti o della Gran Bretagna si imbatte in tomi impressionanti, al cui confronto la nostra normativa è un bigino. In quei paesi, ancorché improntati al liberismo, le regole sono assai più forti e cogenti di quanto siano qui. Ma questo ora ci porterebbe altrove. Si intendeva affermare, come l'onorevole Caparini ha richiamato, una precisa proposta operativa, ovvero che nella ripartizione delle risorse tecniche, intrecciando il passaggio al digitale che moltiplica i canali da 4 a 8 per ogni singola frequenza, alla fascia altissima dello spettro — Wi-Max e Wi-Fi, il campo chiamato Wireless —, possa emergere una riserva di opportunità tecniche autogovernate da soggetti che ne facciano richiesta — come avviene in altri campi — con un ruolo di regolatore secondario delle autonomie locali. Nessuno rivendica alle autonomie locali la possibilità di concedere una parte delle licenze che lo Stato non assegna, ma di poter contribuire a governare una parte di — è il dibattito negli Stati Uniti — *common goods*, cioè beni comuni, che non attiene alle grandi catene che entreranno in questo sistema — concentrazioni, *trust*, gruppi di vario tipo — nelle varie sequenze e nelle varie piattaforme.

PRESIDENTE. La prego di concludere.

VINCENZO VITA, *Assessore della provincia di Roma e rappresentante dell'UPI*. Sto concludendo, ha ragione, presidente. Questa proposta non è irrilevante.

Non si è entrati nel merito della questione Rai perché ci siamo attenuti al testo in esame. Si può discutere poi se fosse più opportuno inserirla in questo testo, ed esiste un'antica proposta delle autonomie locali di rendere una delle reti federalista,

argomento cui sono particolarmente affezionato.

Spero di avere fornito chiarimenti in ordine a qualche sollecitazione degli onorevoli intervenuti. Restiamo comunque a disposizione come UPI per fornire eventuali materiali e specificazioni più precise, e rivolgiamo un augurio di buon lavoro per la necessaria riforma che state discutendo.

FELICIANO POLLI, *Vicesindaco di Terni e responsabile per l'innovazione dell'ANCI*. Sarò breve perché sulla presunta intenzione di diventare editori ha fornito una risposta — che in gran parte condivido — l'assessore Vita, a cui aggiungerei il nostro auspicio che, in un mercato che diventa più ricco di risorse e più pluralista a livello locale, esistano strumenti locali in grado di funzionare meglio e, quindi, di realizzare un sistema migliore, che arricchisca il territorio culturalmente, economicamente, democraticamente, nel senso della partecipazione. Il comune, ad esempio, non può trasmettere solo le sedute del consiglio comunale, ma nella nuova fase deve promuovere un'interattività.

Lo spirito, l'obiettivo e le intenzioni dell'ANCI, nonostante alcune questioni affrontate in maniera frettolosa, non sono una rappresentanza di una parte, sebbene possano essere emersi elementi che abbiano prodotto questa sensazione, che tuttavia respingiamo, pronti a predisporre un documento più puntuale, anche alla luce delle considerazioni espresse nella seduta odierna.

Per quanto riguarda i giudizi tecnici, questione cui si è precedentemente accennato, mi preme sottolineare che non siamo un organo tecnico, bensì una rappresentanza istituzionale di comuni, e, ad esempio, sulla legge finanziaria non forniamo giudizi tecnici, come ribadisco a qualcuno che forse vorrebbe negarci la facoltà di esprimere giudizi politici. Desideriamo esprimere invece orientamenti politici secondo l'obiettivo e il punto di vista dei comuni, laddove siamo perfettamente consapevoli di non rappresentarne solo una parte con un particolare orientamento,

perché una rappresentanza parziale non avrebbe alcun valore. Ci sforziamo dunque di rappresentare tutti e quindi, come rispettiamo questo vostro consenso, così vorremmo anche essere rispettati.

Come dicevo inizialmente, vi invieremo un nuovo documento scritto. Peraltro, il documento che avete ricevuto era stato corretto proprio in alcune parti oggetto di particolare attenzione. Tuttavia, quando abbiamo approfondito alcune questioni, purtroppo il documento con il testo iniziale non emendato era già stato inviato, e di questo non posso che dispiacermi.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
MICHELE POMPEO META

PAOLO ROMANI. Allora lo ritirate?

FELICIANO POLLI, *Vicesindaco di Terni e responsabile per l'innovazione dell'ANCI*. Lo integriamo con ulteriori elementi di chiarimento e di arricchimento, anche alla luce di quanto emerso nella discussione di questa sera.

PAOLO ROMANI. Signor presidente, in base alle ultime dichiarazioni del vicesindaco Polli, questo documento non viene acquisito agli atti delle Commissioni riunite, in attesa di un altro documento. Ho capito bene?

PRESIDENTE. Penso di sì.

FELICIANO POLLI, *Vicesindaco di Terni e responsabile per l'innovazione dell'ANCI*. Sì, è così.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti dell'ANCI e dell'UPI, che ci hanno proposto spunti e suggerimenti. Si è trattato di una tra le audizioni più lunghe, a dimostrazione dell'utilità dell'iniziativa.

Dichiaro conclusa l'audizione e sospendo brevemente la seduta.

La seduta, sospesa alle 19,50, è ripresa alle 20.

Audizione di rappresentanti di Confindustria servizi innovativi e tecnologici.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul disegno di legge C. 1825, recante disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale, l'audizione di rappresentanti di Confindustria servizi innovativi e tecnologici.

La delegazione è composta dall'ingegner Alberto Tripi, presidente di Confindustria servizi innovativi e tecnologici, dal dottor Luigi Perissich, direttore generale, e dall'ingegner Antonello Busetto, direttore affari istituzionali.

Do la parola all'ingegner Alberto Tripi per lo svolgimento della relazione.

ALBERTO TRIPI, *Presidente di Confindustria servizi innovativi e tecnologici*. Confindustria servizi innovativi e tecnologici rappresenta le aziende di informatica, di telecomunicazioni, della radio e della televisione che aderiscono a Confindustria. Si tratta di circa 13 mila aziende. La nostra azione è sempre precompetitiva, quindi per quanto riguarda la competizione fra aziende — estremamente forte nel settore — è necessario far riferimento alle posizioni delle singole aziende.

Pur non essendo mia abitudine, poiché il tema è estremamente delicato, desidero dare lettura di quanto convenuto con i nostri associati.

Confindustria servizi innovativi e tecnologici condivide l'obiettivo di una transizione rapida ed ordinata dalla tecnologia analogica alla tecnologia digitale e guarda con favore ed attenzione alle scelte che il Parlamento ed il Governo si apprestano a varare in materia. Nella nuova federazione vi sono molte componenti associative interessate al disegno di legge presentato dal

Governo: basti ricordare la Rai e le televisioni private nazionali e locali, gli operatori di telecomunicazione su rete fissa e su reti mobili e gli operatori Internet. Le tecnologie utilizzate da queste imprese sono tutte quelle disponibili via etere e via cavo, di tipo terrestre e satellitare, in modalità analogica e digitale.

Intendiamo soffermarci su alcuni punti del disegno di legge che toccano gli interessi delle imprese da noi rappresentate. Specifiche osservazioni e posizioni differenziate saranno oggetto di contributi delle singole associazioni che fanno parte della federazione, ed in modo più dettagliato e puntuale delle imprese ad essa aderenti. Nel fornire il nostro contributo, che si affianca a quelli presentati dai nostri associati, sottolineiamo la complessità della materia che, in relazione ai fenomeni di convergenza ed evoluzione tecnologica, richiede una normativa chiara e snella, che definisca i principi e gli aspetti fondamentali, lasciando il più possibile al mercato e ad autorità indipendenti di settore il compito di seguirne gli sviluppi ed i necessari aggiustamenti.

Per il sistema delle imprese, chiamate a programmare un massiccio ciclo di investimenti per la migrazione al digitale, è indispensabile che la legge assicuri stabilità e certezza, con regole chiare ed applicabili. Le disposizioni del provvedimento sulle quali intendiamo esprimere il punto di vista della federazione riguardano la tutela della concorrenza ed il pluralismo, le risorse frequenziali, lo *switch-off*, le emittenti locali, la larga banda, le risorse pubblicitarie ed i contenuti.

Per quanto concerne la tutela della concorrenza e il pluralismo, i criteri ispiratori dell'iniziativa legislativa governativa, che intende anche rispondere ai rilievi della Commissione europea sulle normative vigenti in materia, devono mirare a creare un mercato aperto, pluralista e fortemente basato sulla competizione fra i diversi soggetti, dove prevalgano sugli aspetti quantitativi quelli legati alla qualità dei servizi offerti. Per garantire una corretta tutela della concorrenza, riteniamo

determinante il ruolo delle autorità indipendenti maggiormente coinvolte per la regolamentazione del settore, ossia l'Antitrust e l'Agcom, che possono assicurare la realizzazione di un mercato che abbia condizioni di obiettività, trasparenza e non discriminazione.

Il mercato dell'informazione e dell'intrattenimento, una volta di prevalente interesse delle imprese radiotelevisive e della stampa, oggi si apre alla convergenza tecnologica di diversi media, e all'attività *ex ante* del legislatore, tipica dei mercati tradizionali, e deve orientarsi sempre più verso gli ambiti non concorrenziali, lasciando alle autorità indipendenti il compito di intervenire nei settori più innovativi e concorrenziali. In questo contesto, non dovrebbero esserci sovrapposizioni fra norme legislative e regolamentazione dell'autorità indipendente di settore.

Il passaggio al digitale viene visto dalle imprese con favore per le opportunità di ampliamento del mercato, che si creano non solo perché consente di veicolare un numero di canali cinque volte superiore all'analogico, con un conseguente abbassamento dei costi e delle barriere all'ingresso, ma anche per una gamma di servizi innovativi e di applicazioni riconducibili all'uso di tecnologie digitali ed alla capacità interattiva propria di queste tecnologie.

L'introduzione del digitale terrestre non è solo un modo per avere più canali per aumentare la concorrenza, ma anche per poter fornire ai cittadini servizi interattivi diversi. Oltre che di *e-government*, si parla anche di *t-government*, un modo affinché i cittadini possano avvicinarsi alla pubblica amministrazione in una maniera interattiva molto più *friendly* rispetto ad altri veicoli.

Il punto importante, ai fini dell'ampliamento del mercato, è quello relativo alla gestione delle maggiori risorse che vengono rese disponibili e alle garanzie per tutti i potenziali soggetti interessati di accedere alla capacità trasmissiva secondo regole e procedure stabilite dall'Agcom. Una volta garantito l'accesso alla capacità trasmissiva, sarà necessario in-

dirizzare le scelte di operatori esistenti e dei nuovi entranti, in modo da accelerare la diffusione delle tecnologie digitali anche presso le famiglie. Questo dovrebbe far venir meno l'esigenza di recuperare le frequenze liberate e di riassegnarle per uso analogico.

Un altro aspetto critico relativo alle risorse frequenziali è quello delle regole per i meccanismi di *trading* che dovranno consentire, anche a vantaggio di fornitori di contenuti, la massimizzazione della capacità trasmissiva attraverso la possibilità di coordinamento tra operatori di rete.

In questo ambito, andranno opportunamente individuate le tecnologie di programmi irradabili da ricomprendere nel calcolo del limite del 20 per cento, richiamato dall'articolo 2, comma 6, evitando il rischio di disincentivare gli investimenti e rallentare la transizione verso il digitale.

Riteniamo che la data di *switch-off* fissata al 30 novembre 2012 rischi di apparire troppo lontana e di rallentare gli investimenti. Si può ipotizzare una data più ravvicinata, ma è più importante che venga predisposto un preciso programma di *switch-off*, di spegnimento della televisione analogica, che interessi tutto il paese e definisca nel dettaglio gli aspetti della fase transitoria, compresi quelli, più difficili da affrontare, che riguarderanno 23 milioni di famiglie italiane. È interesse principale delle imprese che tale programma sia impegnativo per evitare ritardi e garantire certezze al percorso di transizione.

Individuando sulla base delle esigenze tecniche di trasmissione opportune aree territoriali, si potrà realizzare la transizione in maniera graduale e progressiva, a livello geografico, attraverso una calendarizzazione del passaggio al digitale di quote di popolazione e di territorio omogenee, fino a completa copertura. Le esperienze pilota della Sardegna e della Valle d'Aosta dimostrano che lo *switch-off* per aree è un acceleratore anche dei piani regionali per la larga banda, evidenziando come i processi di digitalizzazione si sostengano a vicenda.

Il Comitato nazionale Italia digitale, istituito dal ministro delle comunicazioni, composto da rappresentanti delle imprese televisive, degli operatori di altre piattaforme e della Agcom, ha il compito di definire e coordinare le attività necessarie alla realizzazione dello *switch-off* nazionale. Il Comitato sta lavorando ad un piano cadenzato che interesserà, ogni anno e fino al 2012, aree territoriali con popolazione di alcuni milioni di abitanti. Solo con una tale programmazione si può governare la transizione ordinata al digitale ed incrementare la progressione agli investimenti delle imprese televisive.

Per quanto riguarda le emittenti televisive locali, con l'avvio del digitale potranno nascere nuovi modelli di *business* derivanti dalla valorizzazione della maggiore capacità trasmissiva e dall'introduzione di nuovi servizi, nonché da un rinnovato rapporto con il territorio. Se da una parte questa è un'opportunità anche per le emittenti televisive locali, esse dovranno sostenere uno sforzo maggiore nella fase di transizione a causa di una scarsità di risorse che non consente loro di operare in *simulcast*, analogico e digitale, per un passaggio più graduale.

Nell'ambito della programmazione territoriale, per evitare di penalizzare eccessivamente questa realtà, andrà ridotto il più possibile il tempo intercorrente tra il passaggio in digitale delle prime reti e lo *switch-off* definitivo. L'accelerazione dei tempi di conversione potrà consentire inoltre di massimizzare le capacità trasmissive a disposizione delle emittenti ed un loro efficace coordinamento.

Riacciandosi a quanto già affermato in tema di tutela della concorrenza e pluralismo, la regolamentazione per l'accesso alle infrastrutture a larga banda dovrebbe essere garantita senza irrigidire l'evoluzione di un mercato che, anche a seguito della cosiddetta convergenza tecnologica, si presenta a carattere tipicamente concorrenziale. Sarà quindi compito delle autorità amministrative indipendenti individuare le misure necessarie ad

accompagnarne lo sviluppo, secondo condizioni e criteri di obiettività, trasparenza e non discriminazione.

Per quanto riguarda il tetto alle risorse pubblicitarie, pur conoscendo l'esigenza di stabilire norme, anche asimmetriche, che aiutino le imprese televisive piccole e medie a competere in tale mercato, si chiede al legislatore di adottare misure che non determinino incertezze per gli operatori e non disincentivino la crescita della dimensione delle imprese.

Il percorso scelto nel disegno di legge, ancorché a carattere transitorio, che vieta di raggiungere o superare una quota dei servizi pubblicitari (che sono un'importante fonte di introito per le imprese), non ci sembra l'unico per raggiungere l'obiettivo, da noi condiviso, di favorire una maggiore competitività nel mercato televisivo. L'esperienza di precedenti provvedimenti legislativi dimostra altresì che l'imposizione di tetti invalicabili risulta spesso difficilmente applicabile.

Secondo alcuni operatori televisivi, il possesso della rete da parte di un editore non sarebbe più un fattore competitivo e anche l'Italia si potrebbe avviare sulla strada di separazione fra attività editoriali e attività di rete. È una proposta che le imprese stanno discutendo.

I fornitori di contenuti hanno interesse a concentrare i loro investimenti e la loro offerta editoriale nell'acquisto e nella produzione di contenuti, «affittando» la capacità trasmissiva, come avviene nei principali paesi europei.

La normativa deve lasciare questa evoluzione al mercato, evitando che il possesso della rete possa costituire una barriera all'ingresso per potenziali concorrenti e disciplinando il *trading* delle frequenze nel rispetto degli accordi internazionali.

PRESIDENTE. La ringrazio, ingegner Tripi, per il suo contributo molto chiaro ed esauriente.

Do ora la parola ai deputati che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

MARIO BARBI. Molto rapidamente, ringrazio per l'esposizione e per gli aspetti affrontati, sui quali è in corso un dibattito controverso. Abbiamo avuto interlocuzioni con i rappresentanti delle due autorità citate, con le imprese, quindi non entro negli aspetti più noti e più controversi del disegno di legge, quali la pubblicità o i tetti.

Mi chiedo invece, visto l'invito a realizzare prima la transizione al digitale, se lei, in base alla sua conoscenza del settore industriale, delle imprese che lei rappresenta, dell'offerta e della domanda del mercato, possa fornirci indicazioni sullo stato della diffusione del digitale terrestre. Le chiedo inoltre suggerimenti su come dare seguito a questo auspicio da lei formulato.

PAOLO ROMANI. Ho ascoltato la relazione e letto con attenzione il vostro documento. La polemica in atto è molto semplice, perché la maggioranza e il Governo vogliono varare un provvedimento punitivo, laddove l'opposizione cerca invece di sottolineare come dopo un certo lasso di tempo possa emergere la necessità di un adeguamento della legislazione rispetto al settore. In questo caso, invece, si vuole portare in Parlamento un provvedimento punitivo e riduttivo, che prende in esame solo un ambito e tralascia tutto il resto.

La vostra relazione mi sembra andare invece in controtendenza rispetto all'ispirazione del provvedimento del Governo e, ancora una volta, dalle aziende — leggo nel documento scritto che ci avete fornito che rappresentate 102 miliardi di euro di fatturato, parte consistente del patrimonio industriale ed economico italiano — emerge una relazione molto contenuta, rappresentativa dell'ispirazione che cerchiamo di manifestare, ovvero l'estrema difficoltà di intraprendere una nuova iniziativa legislativa settorializzando il rinnovamento. Altrimenti si riesamina tutto e si parla di digitale, di banda larga, di emittenti locali, di processi di digitalizzazione — voi giustamente evocate le aree *All Digital*, che sono state un esperimento

complicato, difficile, non concluso, ma positivo —, del problema del *digital divide*, che non avete toccato ma che probabilmente avreste voluto trattare.

Vi chiedo quindi se riteniate opportuno intervenire su questo settore con un'apertura verso il futuro, complessiva, a largo spettro, che riguardi tutti i settori della comunicazione.

EMERENZIO BARBIERI. Anch'io vorrei porre un'unica domanda. Condivido gran parte di quanto ho letto e mi sembra che le considerazioni iniziali del collega Romani abbiano puntualizzato bene la questione, ma ritengo che questo contributo sia importante anche per il presidente Meta e per la maggioranza. Vorrei chiedere se il Governo, prima di predisporre il disegno di legge, abbia consultato Confindustria.

PRESIDENTE. Do nuovamente la parola all'ingegner Alberto Tripi per una replica.

ALBERTO TRIPI. *Presidente di Confindustria servizi innovativi e tecnologici*. Cercherò di dare una risposta complessiva, senza entrare nel dibattito, molto interessante, tra opposizione e maggioranza.

Esiste un dato che forse a molti sfugge: la popolazione italiana è più assetata di tecnologia di quanto si pensi. Svolgiamo ogni anno uno studio completo, chiamato *e-family*, che indaga su come la famiglia italiana di tutti i ceti, di tutte le categorie, del nord e del sud, accetti le innovazioni tecnologiche; da tale studio emerge come, dal punto di vista dell'utilizzazione delle tecnologie in famiglia, siamo a livelli non inferiori a quelli europei. Non si tratta solo di una questione di moda, che gli americani definiscono *nice to have*, ma di una questione di utilizzo di queste tecnologie. Non bisogna sempre citare i parenti più anziani, che hanno difficoltà ad usare il telecomando, perché in realtà il nostro paese è costituito da persone in linea con le moderne tecnologie.

Questo significa che, per quanto concerne il digitale terrestre, per l'esperienza

maturata anche dalla mia azienda che si occupa informatica, si riscontra una grande aspettativa che esso possa essere un altro veicolo di interattività. Non significa che andrà a sostituire Internet o tutti gli altri metodi di comunicazione fra aziende, fra popolazione, fra pubblica amministrazione, ma che sarà un canale in più, forse ancora più *friendly* dei canali attuali, perché la televisione penetra nella mentalità di ognuno di noi come qualcosa di amichevole, non di estraneo al nostro modo di vivere, come talora il *personal computer*.

Quando dichiariamo che vorremmo anticipare è perché confidiamo che, anticipando, potremmo avere una risposta abbastanza completa da parte degli utenti, ovvero della popolazione.

Inoltre, rimandare eccessivamente rende le cose non più attraenti. Il rinnovamento della tecnologia è talmente tumultuoso che un piano perfetto dal punto di vista delle attività, una volta realizzato, potrebbe essere già superato da uno più adeguato.

La Confindustria è formata da 280 associazioni. Non vi so dire se il Governo abbia chiesto a una di queste 280 associazioni il parere, ma non lo ha chiesto a

noi; né credo che quando il Governo presenta un disegno di legge venga chiesto sempre un parere alle associazioni.

Ritengo quindi che il digitale terrestre possa essere non una rivoluzione tecnologica, ma un ottimo veicolo per incrementare i canali e la competitività fra le varie imprese — anche se ho letto dichiarazioni spesso di segno opposto, nel senso di una normativa punitiva — e un notevole contributo all'interattività, alla capacità del cittadino di affidarsi ad un altro mezzo per colloquiare in maniera estremamente amichevole e facile.

Spero di aver risposto esaurientemente alle vostre domande.

PRESIDENTE. La ringrazio, ingegner Tripi, per il suo intervento.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 20,25.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. COSTANTINO RIZZUTO

*Licenziato per la stampa
il 6 aprile 2007.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

