

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

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

1.

SEDUTA DI MARTEDÌ 30 GENNAIO 2007

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DELLA IX COMMISSIONE

MICHELE POMPEO META

INDI

DEL VICEPRESIDENTE DELLA IX COMMISSIONE **PIERO TESTONI**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Barbi Mario (Ulivo)	12, 13
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i>	3	Barbieri Emerenzio (UDC)	13
INDAGINE CONOSCITIVA SUL DISEGNO DI LEGGE C. 1825, RECANTE DISPOSIZIONI PER LA DISCIPLINA DEL SETTORE TE- LEVISIVO NELLA FASE DI TRANSIZIONE ALLA TECNOLOGIA DIGITALE:		Beltrandi Marco (RosanelPugno)	9
Audizione di rappresentanti dell'Autorità ga- rante della concorrenza e del mercato:		Bono Nicola (AN)	8, 9 14
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i>	3, 8, 9, 16, 19	Caparini Davide (LNP)	15
		Catricalà Antonio, <i>Presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato</i> ..	3, 16
		Costantini Carlo (IdV)	16
		De Laurentiis Rodolfo (UDC)	16
		Falomi Antonello (RC-SE)	15
		Landolfi Mario (AN)	9

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.
Li Causi Vito (Pop-Udeur)	14	Barbi Mario (Ulivo)	33
Pedrini Egidio Enrico (IdV)	10	Barbieri Emerenzio (UDC)	19, 30
Ricci Mario (RC-SE)	13	Caparini Davide (LNP)	19, 31
Romani Paolo (FI)	10	Dini Francesco, <i>Membro del consiglio di amministrazione di Rete A</i>	36
Sanza Angelo Maria (FI)	14	Federico Costantino, <i>Editore di ReteCapri ..</i>	21, 38
Tessitore Fulvio (Ulivo)	15	Folena Pietro, <i>Presidente della VII Commissione</i>	20
Tranfaglia Nicola (Com.It)	10	Lagostena Raimondo, <i>Presidente di Odeon TV</i>	24, 36
Zaccaria Roberto (Ulivo)	11	Pacini Rosario, <i>Assistente del presidente di Rete A</i>	20, 34, 36
Audizione di rappresentanti di Rete A, ReteCapri e Odeon TV:		Pedrini Egidio Enrico (IdV)	27
Testoni Piero, <i>Presidente</i>	19, 20, 21, 24, 27	Ricci Mario (RC-SE)	33
Meta Michele Pompeo, <i>Presidente</i>	34, 40	Romani Paolo (FI)	19, 28

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
MICHELE POMPEO META

La seduta comincia alle 11,10.

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 dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

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

Do quindi la parola al presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, professor Antonio Catricalà.

ANTONIO CATRICALÀ, *Presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*. Onorevoli presidenti, onorevoli deputati, innanzitutto vi ringrazio per avermi fatto l'onore di invitarmi a parlare di questo importante disegno di legge in una così autorevole sede.

Il disegno di legge in esame si propone di disciplinare la transizione alla tecnologia digitale, allo scopo dichiarato di ga-

rantire la concorrenza e il pluralismo. Costituisce inoltre risposta ai rilievi mossi dalla Commissione europea, che ha rilevato il contrasto di alcune disposizioni della legge n. 112 del 2004 e del testo unico della radiotelevisione con il quadro della normativa comunitaria in materia di gestione dello spettro e di accesso non discriminatorio alle risorse frequenziali e ai relativi diritti d'uso.

Poiché tra gli scopi fondamentali dell'intervento normativo in esame c'è, oltre alla promozione della concorrenza, la garanzia del pluralismo delle idee, sono opportune alcune considerazioni pregiudiziali che servono a chiarire l'orizzonte di significato all'interno del quale si situano le considerazioni che seguiranno.

Secondo la giurisprudenza costituzionale, la tutela del pluralismo è un compito fondamentale dello Stato e trova le sue fondamenta giuridiche nel progressivo riconoscimento di un diritto all'informazione, inteso come prerogativa costituzionalmente garantita il cui contenuto va ben oltre la mera garanzia, tipica dell'impostazione proto-liberale, della manifestazione del pensiero. È stato infatti stabilito un rapporto inscindibile tra il riconoscimento di un simile diritto e la forma di democrazia propria del nostro sistema, che esige, per esistere e funzionare correttamente, la presenza di un'opinione pubblica consapevole.

Perché quest'ultima possa formarsi è necessario che lo Stato garantisca il mantenimento della « pluralità di fonti di informazione, libero accesso alle medesime, assenza di ingiustificati ostacoli legali, anche temporanei, alla circolazione delle notizie e delle idee ». In particolare, la Corte costituzionale ha chiarito che la garanzia del pluralismo ha come obiettivo

fondamentale quello « di evitare l'accenramento dell'attività radiotelevisiva in situazioni di monopolio ed oligopolio privati », situazioni che consentirebbero ai privati « di esercitare, in una posizione di preminenza, un'influenza sulla collettività incompatibile con le regole del sistema democratico ».

Ciò comporta che deve essere garantita la « possibilità di ingresso, nell'ambito dell'emittenza pubblica e di quella privata, di quante più voci consentono i mezzi tecnici, con la concreta possibilità nell'emittenza privata — perché il pluralismo esterno sia effettivo e non meramente fittizio — che i soggetti portatori di opinioni diverse possano esprimersi senza pericolo di essere emarginati a causa dei processi di concentrazione delle risorse tecniche ed economiche nelle mani di uno o di pochi e senza essere menomati nella loro autonomia ».

Da queste essenziali indicazioni emerge con chiarezza come la tutela del pluralismo, e dei diritti e valori che esso presuppone, possa non coincidere del tutto con la tutela dell'efficiente funzionamento del sistema di mercato. Se indubbiamente nell'industria della comunicazione televisiva vi è una connessione virtuosa tra un corretto funzionamento del mercato e la garanzia del pluralismo delle idee, nondimeno quest'ultima potrebbe richiedere, come di fatto storicamente ha richiesto, interventi regolatori assai ben più penetranti ed incisivi di quelli volti semplicemente a garantire l'efficiente funzionamento del sistema economico.

La connessione della garanzia del pluralismo con i fondamenti stessi della nostra vita democratica, secondo l'autorevole insegnamento del nostro organo costituzionale, comporta che la scelta del livello di tutela di tale interesse e della conseguente ingerenza eventuale nell'autonomia dei privati che si rendesse necessaria sono rimessi integralmente alle valutazioni sovrane del Parlamento, cui in fondo la stessa Corte costituzionale si è rivolta nelle numerose pronunce che hanno riguardato la questione.

Alla luce di queste considerazioni, si deve rilevare che l'apporto conoscitivo che può fornire la valutazione tecnica di questa Autorità non può che essere limitato a verificare e ad evidenziare la congruenza delle misure ipotizzate con lo scopo dichiarato e l'impatto che sul funzionamento del mercato possono avere determinate misure, residuando per il resto un ampio margine di valutazione squisitamente politica, estranea alla competenza di questa Autorità.

Tenendo conto di questa dovuta premessa, si passa a considerare il merito del disegno di legge in esame. In generale, si deve osservare che quest'ultimo si inserisce nel solco, da tempo tracciato, sia a livello comunitario che nazionale, di promozione della tecnologia digitale terrestre.

Com'è noto, tale tecnologia consente di moltiplicare il numero dei canali disponibili, aumentando la possibilità di offerta, ed è in grado di superare una delle maggiori criticità per la realizzazione di un assetto più plurale e dinamico di quello che deriva dalla tecnologia analogica, più pesantemente condizionata dalla scarsità della risorsa frequenziale.

Per questa ragione, tale nuova tecnologia appare sicuramente funzionale ad un miglioramento delle condizioni dei mercati interessati, sia da un punto di vista strettamente economico — moltiplicandosi le possibilità di *business* e la gamma dei servizi offerti all'utenza — sia, per la stessa ragione, sotto il profilo di tutela del pluralismo.

Appaiono allora condivisibili, in quanto coerenti con l'obiettivo del pluralismo, la scelta di fondo del disegno di legge in parola per una tras migrazione dell'intero sistema televisivo terrestre al sistema di trasmissione digitale entro il 2012 e, all'interno di tale processo, la previsione di alcuni passaggi intermedi.

Tra questi si rileva il passaggio al digitale, entro al massimo quindici mesi dall'entrata in vigore della legge, di una rete posseduta da ciascun soggetto titolare di più di due emittenti nazionali analogiche, con successiva riassegnazione delle frequenze liberate, secondo criteri obiet-

tivi, trasparenti e non discriminatori. Si osserva, tuttavia, che il perseguimento dell'obiettivo indicato richiederebbe che le frequenze riassegnate siano destinate all'utilizzo per trasmissioni in tecnica digitale. L'ingresso di nuovi operatori, che presumibilmente all'inizio del 2009 trasmettono in tecnica analogica, renderebbe infatti più difficile e complicata la migrazione completa al sistema digitale entro il 2012.

Si deve poi considerare che i settori delle comunicazioni di massa sono soggetti ad un rapido processo di sviluppo tecnologico e di progressiva convergenza tecnica ed economica, al punto che, allo stato attuale, non è dato fare attendibili valutazioni su quali saranno le dinamiche e quali gli assetti del prossimo futuro. Tale stato di incertezza suggerisce una particolare prudenza e parsimonia regolatoria, nel momento in cui ci si accinge a disciplinare il sistema televisivo via etere terrestre, che è solo una parte, sebbene importante, del più ampio settore delle comunicazioni televisive, allo scopo di non imbrigliare ingiustificatamente le spontanee dinamiche di mercato, specie con riferimento alla fissazione di limiti alla raccolta pubblicitaria.

L'articolo 2, comma 1, del disegno di legge prevede che nella fase di transizione del sistema televisivo alla tecnologia digitale nessun soggetto possa detenere una quota di ricavi pubblicitari superiore al 45 per cento, calcolata rispetto al totale delle entrate pubblicitarie dell'intero settore televisivo, inclusivo di tutte le modalità di trasmissione (terrestre analogica e digitale, satellitare e Internet). Il soggetto detentore di tale posizione è considerato in posizione dominante, vietata come tale dall'articolo 43 del testo unico della radiotelevisione.

I commi successivi del disegno di legge concernono aspetti applicativi di tale disposizione, prevedendo un particolare meccanismo sanzionatorio. Ai soggetti che superano il 45 per cento del totale dei ricavi si applica una riduzione del limite di affollamento degli spazi pubblicitari, misurato in termini di tempo di ciascuna ora di programmazione dedicata alla pubbli-

cià, a meno che essi non abbiano già provveduto a trasferire su piattaforma alternativa una o più emittenti irradiate su frequenze terrestri in tecnica analogica.

La dichiarata finalità della norma in questione è ancora quella della tutela della concorrenza e del pluralismo, sul presupposto che i ricavi pubblicitari costituiscano la principale forma di finanziamento degli operatori e, di conseguenza, si renda necessario evitare la loro eccessiva concentrazione nelle mani di singoli soggetti, che grazie ad essi possano conseguire e mantenere posizioni eccessivamente sbilanciate rispetto ai concorrenti.

L'Autorità in passato ha evidenziato come il mercato della raccolta pubblicitaria televisiva presentasse una struttura fortemente concentrata, caratterizzata dal ruolo preponderante di due soli soggetti (di cui uno dominante) e dalla presenza di barriere all'entrata, tali da consentire il mantenimento di questa situazione. Ciò portava al conseguimento da parte degli operatori di elevati extraprofiti e all'indagine conoscitiva del 2004.

L'Autorità, nelle sue conclusioni, ribadiva la sua contrarietà in generale « alla definizione di limiti *ex ante* al fine del raggiungimento di obiettivi di carattere *antitrust* ». Piuttosto, si evidenziava che nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva era « necessario e urgente accompagnare l'eliminazione dei predetti limiti con un intervento di carattere strutturale volto a rendere realmente contendibile il mercato ».

L'Autorità non può che confermare il giudizio espresso allora sull'assetto complessivo dei mercati della raccolta pubblicitaria televisiva e le relative conclusioni. È principalmente sull'apertura dei mercati da un punto di vista di promozione della concorrenza che si deve puntare per risolvere i deficit sopra rilevati, al fine di conseguire un funzionamento più efficiente dei mercati stessi. In questo quadro la fissazione di tetti, che comporta limiti alla capacità di crescita delle imprese, rischia da un lato di non conseguire gli obiettivi prefissati, dall'altro di costituire un freno alle potenzialità di sviluppo degli

operatori. La legge Maccanico poneva un tetto ai ricavi degli operatori televisivi pari al 30 per cento, ma la base di calcolo era più ampia, comprendendo la pubblicità, il canone della concessionaria pubblica, le convenzioni e gli abbonamenti alle *pay-tv*. Soprattutto era fatto salvo lo sviluppo interno — anche definito « spontaneo » — delle aziende.

Un ritorno a tale sistema non può certo essere auspicato da un'autorità tecnica, perché il settore televisivo si trova in una fase di piena transizione, ma l'essenza del modello potrebbe essere oggetto di considerazione in sede politica.

Assistiamo infatti, e assisteremo presumibilmente in misura maggiore nel futuro, al graduale passaggio dal sistema di trasmissione televisivo analogico a quello digitale. Inoltre, l'*audience* di programmi diffusi su piattaforma satellitare è in crescita e il prossimo ingresso dei medesimi nei sistemi di rilevazione degli ascolti non potrà che accentuare tale tendenza. Infine, è ormai accertato che la tecnologia si sta dirigendo verso una sempre più complessa convergenza tra le varie modalità trasmissive, con il previsto sviluppo della Internet-tv, che alcuni ipotizzano essere la piattaforma del futuro.

Questo quadro fluido e dinamico implica che i percorsi di sviluppo del mercato e degli operatori non sono ancora chiari e quindi la regolazione deve essere particolarmente cauta nel vincolare l'attività delle imprese in maniera eccessivamente rigida, al punto da diminuirne gli incentivi e da limitarne la capacità all'innovazione e all'investimento. È necessaria in altri termini, come sempre, un'attenta valutazione dei costi e dei benefici degli interventi regolatori, che in un contesto caratterizzato da un elevato grado di incertezza, come quello del futuro sistema televisivo, appare particolarmente complessa e delicata.

Quanto agli effetti ipotizzabili, il tetto posto ai ricavi pubblicitari rischia nell'immediato di ridurre l'offerta degli spazi di pubblicità televisiva. Infatti, poiché non è elevata la sostituibilità dei vari programmi televisivi sul mercato pubblicitario, è pos-

sibile che le scelte delle aziende inserzioniste si indirizzino al di fuori del sistema televisivo, verso altri strumenti di *marketing*. Ciò diminuirebbe le risorse del sistema televisivo durante una fase di transizione che richiede cospicui investimenti.

In ogni caso, tale riduzione a livello di sistema difficilmente potrà essere compensata dal possibile trasferimento di risorse su altri mezzi di comunicazione. Non si deve dimenticare infatti che, da un punto di vista di *marketing* pubblicitario, i mezzi su cui diffondere i vari messaggi non sono tra loro perfettamente fungibili. Si può osservare peraltro che lo stesso meccanismo sanzionatorio, previsto dal disegno di legge per i soggetti che superano il tetto, appare finalizzato ad indurre il passaggio alla tecnica digitale di emittenti attualmente irradiate su rete analogica e questo segna un punto a favore della proposta governativa.

La misura in questione, infine, contribuisce ad aumentare la forte simmetria già esistente tra i due *leader* del mercato, determinando così un contesto regolatorio che deprime, anziché sviluppare, la tensione concorrenziale.

Quanto detto vale in un'ottica di efficienza del mercato. Le valutazioni politiche sulle modalità di tutela di un bene superiore, anch'esso costituzionalmente garantito, quale il pluralismo, restano in ogni caso di competenza del legislatore.

Infine, un'ultima notazione di carattere terminologico, con riferimento all'articolo 2 del disegno di legge in esame: il soggetto che supera il limite normativamente previsto è considerato in « posizione dominante ». Tale locuzione è del resto la medesima utilizzata nell'articolo 43 del testo unico, a proposito dei soggetti che superino i limiti ivi previsti in termini di programmi trasmessi o di risorse raccolte nell'ambito del SIC. Senonché, questa espressione, mutuata dal diritto della concorrenza, in realtà nel contesto del disegno di legge in esame, come in quello del testo unico, ha un significato e una funzione completamente diversi.

Infatti, per consolidato orientamento del diritto *antitrust* comunitario e nazio-

nale, la « posizione dominante » è quella situazione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato ed ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti e, in ultima analisi, dei consumatori. Ai fini dell'individuazione di tale indipendenza di comportamento, e quindi di una posizione dominante, non è sufficiente rilevare un determinato livello di quota di mercato, come sembra fare il disegno di legge in questione, ma è necessaria un'analisi approfondita, caso per caso, di tutta una serie di elementi ulteriori, quali ad esempio l'esistenza di barriere all'ingresso di nuovi operatori o il potere contrattuale degli acquirenti.

La posizione dominante può poi essere detenuta da più di un soggetto, quando l'indipendenza di comportamento è propria di un gruppo di operatori che si comportano sul mercato come se fossero un soggetto unico; la formulazione dell'articolo 2, comma 1, del disegno di legge appare invece contemplare solamente il caso della posizione dominante detenuta da un soggetto singolo.

Non appare comunque opportuna, in un'ottica *antitrust*, una definizione di posizione dominante normativamente stabilita, alla luce delle rigidità che potrebbero derivarne in sede applicativa, in particolare in un sistema dinamico come è attualmente quello televisivo. Va chiarito che definizioni normative imposte a fini diversi da quello di tutela della concorrenza non possono condizionare le valutazioni e gli interventi dell'Autorità in applicazione della normativa *antitrust*. In conclusione, si auspica, ai fini della certezza del diritto, che la locuzione « posizione dominante » venga emendata con un'altra diversa, sia nell'articolato in discussione sia nel decreto legislativo n. 177 del 2005 (ad esempio con « rilevante o significativa o preminente forza di mercato »).

L'articolo 3, comma 8, del disegno di legge prevede che i fornitori di contenuti in ambito nazionale, dal momento in cui

sarà completata la migrazione al sistema digitale terrestre, non potranno utilizzare più del 20 per cento della capacità trasmissiva complessivamente disponibile; il comma successivo regola la fase transitoria entro la quale la condizione precedente dovrà realizzarsi in capo a tutti i fornitori.

Le previsioni suddette appaiono direttamente connesse con l'obiettivo della tutela del pluralismo. Sul punto quindi si può soltanto osservare che non è chiaro, dal testo della disposizione in esame, se il limite ivi previsto riguardi tutti gli operatori televisivi, inclusi quelli che intendano veicolare i contenuti su piattaforma satellitare o Internet, o solamente quelli che vogliano avvalersi del digitale terrestre.

Coerentemente con una visione della tutela del pluralismo, che consideri tutti i soggetti in grado di influenzare l'opinione pubblica e quindi gli operatori attivi su tutte le piattaforme trasmissive, la norma qui in discussione dovrebbe esplicitamente riguardare anche i soggetti attivi tramite tecnologie diverse da quella terrestre.

Bene affrontata appare l'esigenza di garantire una completa affidabilità dei sistemi di rilevazione degli ascolti, tanto dal punto di vista delle tecniche di rilevazione ed elaborazione di dati, quanto da quello dell'indipendenza dei soggetti preposti.

Proprio sotto questo aspetto, il disegno di legge in esame introduce importanti novità, che potrebbero consentire un uso della rilevazione degli ascolti ai fini della tutela del pluralismo. L'articolo 4 del disegno di legge, infatti, introduce condivisibili principi di merito che dovranno essere attuati dal decreto legislativo previsto dal medesimo articolo.

Tra le misure finalizzate alla rimozione delle barriere all'ingresso sul mercato, si segnalano gli articoli 3 e 4 del disegno di legge. In particolare, come già rilevato, la misura principale è la transizione a sistemi digitali di reti analogiche possedute da soggetti detentori di più di due emittenti analogiche. Dall'attuazione di questo processo potranno liberarsi frequenze disponibili per nuovi soggetti.

Anche la rimozione dei limiti al *trading* di frequenze attualmente esistente a carico dei nuovi operatori e l'affermazione per questi ultimi della possibilità di sperimentare trasmissioni in tecnica digitale sono finalizzate a questo scopo, oltre ad essere disposte per ovviare alle osservazioni critiche della Commissione.

Importante per lo sviluppo di piattaforme alternative appare il comma 10 dell'articolo 3, che impone ai soggetti titolari di infrastrutture in banda larga, notificati come detentori di un significativo potere di mercato, di consentire l'accesso a dette infrastrutture per la fornitura del servizio radiotelevisivo, o comunque per la distribuzione di contenuti multimediali, in tutti i casi nei quali lo stesso operatore di rete svolga la medesima attività di distribuzione di contenuti.

Appare in ogni caso opportuno un coordinamento della disposizione in questione con la disciplina stabilita dal quadro regolatorio delle comunicazioni elettroniche in tema di imposizione di obblighi.

In questa sede, si deve sottolineare infine l'importanza del miglioramento del sistema di rilevazione degli ascolti e dell'accrescimento del loro grado di imparzialità, previsto dall'articolo 4, ai fini dell'incremento del grado di efficienza e di contendibilità del mercato pubblicitario, nel quale, come è noto, la domanda è fortemente orientata proprio dai dati di ascolto.

In conclusione, si ribadisce che l'Autorità *antitrust* è un organo tecnico di tutela del mercato. Il pluralismo è oggetto di tutela da parte di altra Autorità ed è prevalentemente un tema di ordine politico. Le valutazioni di questa Autorità attengono esclusivamente a profili di tutela del funzionamento efficiente del mercato.

Il disegno di legge in esame presenta molte luci ed alcune ombre. I punti di forza sono i seguenti: esso accelera il passaggio alle trasmissioni in tecnica digitale; risponde in linea di principio alla giurisprudenza della Corte costituzionale sul pluralismo televisivo, alle censure della

Commissione europea e all'esigenza di dare certezza e imparzialità alla rilevazione degli ascolti; promuove nuove modalità trasmissive, come la Internet-Tv su banda larga.

Per quanto riguarda le ombre, da un punto di vista di efficienza del mercato, si rileva che non è opportuna la definizione per legge della «posizione dominante». L'individuazione delle imprese in posizione dominante ai fini *antitrust* è un giudizio caso per caso, che spetta all'Autorità compiere sulla base della valutazione di tutte le condizioni di mercato e non solo delle quote detenute dalle imprese. Inoltre, suscita perplessità il limite ai ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria, in quanto possibile freno alla crescita interna; la legge Maccanico definiva con maggiore articolazione il tetto da essa stabilito e faceva salva la crescita interna.

Infine, per velocizzare il passaggio al digitale sarebbero opportune le seguenti misure: le frequenze lasciate libere dagli operatori detentori di più di due emittenti irradiate su frequenze terrestri analogiche dovrebbe essere ridestinate alla tecnica digitale; occorrerebbe poi una politica di incentivazione degli acquisti dei *decoder* incentrata su apparecchi plurivalenti, il che non dovrebbe incontrare le critiche dell'Unione europea, come è accaduto con specifico riferimento ad apparati la cui tecnologia escludeva l'utilizzazione da parte del gestore satellitare.

PRESIDENTE. La ringrazio, professor Catricalà.

Penso che dovremmo cercare di regolare i nostri lavori, consentendo perlomeno ad un rappresentante per gruppo di intervenire nella discussione.

NICOLA BONO. Intervengo sull'ordine dei lavori per far presente che mi sembra alquanto negativo che in un'audizione si possa limitare il numero degli interventi.

PRESIDENTE. Proviamo a regolarci, dandoci un obiettivo al momento, poi vedremo.

NICOLA BONO. Presidente, i deputati non devono svolgere interventi politici, ma formulare domande ed avere risposte; quindi, non poniamo limiti ed ognuno faccia le domande che ritiene opportune.

PRESIDENTE. Le dicevo, onorevole, che abbiamo sicuramente un tempo sufficiente a garantire un intervento per gruppo; successivamente potremo porci obiettivi più ambiziosi, ma ciò dipende dalla sinteticità dei colleghi che interverranno.

Do quindi la parola ai colleghi che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

MARCO BELTRANDI. Cercherò di adeguarmi al suo invito, presidente.

Anzitutto voglio dire al presidente Catricalà che mi sento molto distante da alcuni attacchi ed osservazioni critiche pesanti che gli sono stati rivolti nella giornata di ieri, persino su questioni di indipendenza, quando, viceversa, l'attività dell'Autorità in questi anni ha evidenziato, a mio modo di vedere, un salto di qualità positivo e decisivo e soprattutto ha dimostrato di non avere paura di nessun santuario, tant'è vero che è intervenuta puntualmente quando erano in gioco interessi grandi e potenti.

Non condivido, quindi, questo tipo di considerazioni; ma devo dire che il suo parere relativo ai tetti pubblicitari suscita in me delle perplessità; per questo gli pongo alcune domande e formulo qualche osservazione.

Non concordo con la sua affermazione secondo cui « in questo quadro la fissazione di tetti ai ricavi pubblicitari, che si risolvono in limiti alla capacità di crescita delle imprese, rischia da un lato di non conseguire gli obiettivi che si propongono, dall'altro di costituire un freno alle potenzialità di sviluppo degli operatori », perché, in realtà, anche se fosse introdotto un tetto di questo tipo, nessuno impedirebbe a una qualsiasi società di investire, ad esempio, su altri mercati o in altri ambiti. Perché dobbiamo pensare che lo sviluppo di un operatore possa solo avvenire sul

mercato interno e non, ad esempio, rafforzandosi a livello europeo? Proprio la concentrazione sul mercato italiano può creare problemi.

A questo punto, mi chiedo inoltre come si possa uscire concretamente da una situazione come quella attuale di duopolio, se non ponendo dei tetti ai ricavi.

Lei sottolinea come la fissazione di tetti solo alla raccolta pubblicitaria, su una base limitata, non sia congrua, perché è in atto un processo di convergenza, che non sappiamo esattamente quale forma prenderà. Tuttavia nella normativa attuale, quando ad esempio si dice che bisognerebbe considerare anche gli abbonamenti di Sky, occorrerebbe tener presente che Sky - per i vincoli *antitrust* europei - non ha le stesse potenzialità, ad esempio, di diffondere i suoi contenuti sul digitale terrestre, che hanno Rai e Mediaset. Oppure, se si sostiene che bisogna includere il canone, bisognerebbe considerare che la Rai non ha gli stessi limiti di affollamento pubblicitario, proprio perché percepisce anche il canone.

Ritengo quindi che allargare la base di calcolo su cui si stabilisce un tetto abbia un senso a parità di normativa per tutti gli operatori, ma con la normativa attuale penso proprio di no.

MARIO LANDOLFI. Non solo mi sento molto distante dagli attacchi che sono stati rivolti al presidente Catricalà nelle ore passate, ma ritengo che le sue parole abbiano colto nel segno. Ci troviamo di fronte ad una normativa che confonde la tutela del pluralismo con la tutela del mercato e della concorrenza: la prima appartiene ai Parlamenti e ai Governi, la seconda appartiene ad autorità indipendenti che intervengono al termine di una procedura molto complessa.

Il mercato televisivo è rilevante, composto di più voci: la pubblicità, gli abbonamenti, il canone. Ci troviamo di fronte ad un disegno di legge molto rozzo da questo punto di vista, che estrapola un elemento del mercato televisivo - quello della raccolta pubblicitaria - e decide di tagliarlo per consentire la tutela del plu-

ralismo e della concorrenza, confondendo appunto i due elementi.

Il presidente Catricalà giustamente sottolinea la differenza tra questo disegno di legge, il disegno di legge Maccanico e il SIC della legge Gasparri, che individua un sistema integrato delle comunicazioni, cioè un mercato molto più ampio, all'interno del quale si inseriscono due limiti a difesa del pluralismo e, attraverso la tutela del pluralismo, a difesa della concorrenza.

Al presidente Catricalà, alla luce di queste sommarie riflessioni, voglio porre una sola domanda: come si fa a dire che un disegno di legge, che sottrae una rete a coloro i quali poi dovrebbero assicurare il passaggio dall'analogico al digitale, che interviene sulla raccolta pubblicitaria, che interviene sugli affollamenti pubblicitari, che in realtà sottrae risorse a chi invece deve investirle, accelera il passaggio alle trasmissioni in tecnica digitale? Questi elementi concreti in realtà vanno nella direzione opposta, rendendo asfittico un mercato che invece, dovrebbe essere in grado di reinvestire le proprie risorse per accelerare il passaggio dal sistema analogico a quello digitale.

EGIDIO ENRICO PEDRINI. Per vari motivi, ma soprattutto per rispetto verso i colleghi, perché credo che sarà difficile contenere la durata degli interventi, vorrei porre direttamente un problema al presidente Catricalà. Mi scusi la brutalità, ma essa è dovuta alla ristrettezza di tempo. La mia considerazione è che tra la prima parte della sua relazione, riguardante il pluralismo, e la seconda, relativa alla concorrenza, noto, se non una contraddittorietà, comunque un sacrificio del pluralismo e della libertà rispetto alla concorrenza.

Mi riaggancio poi alle sue conclusioni, che pongono al Parlamento un problema - da affrontare qui non con una domanda - di ripensamento sulle *authorities*, sulla loro funzione, ed al richiamo che lei fa rimandando ad altra autorità il problema del pluralismo e soprattutto quello che lei definisce un problema di ordine politico. Tutto ciò pone dei pro-

blemi di funzionamento e di considerazione sulle *authorities*.

Mi permetta una battuta: volevo farle alcune domande, ma lei mi ha già risposto nella sua relazione, anche se in maniera non soddisfacente.

Per quanto riguarda il pluralismo, siamo oggi in presenza di due sistemi, Rai e Mediaset. Ma c'è un sistema di sviluppo del mondo che viene avanti, che fa sì che questi due sistemi siano vecchi rispetto alla imposizione di voci pluralistiche. La sua *Authority* come considera questo sistema e, soprattutto, gli effetti dell'arricchimento delle emittenti locali che poi, ormai, locali non sono più?

NICOLA TRANFAGLIA. Molto brevemente vorrei chiedere al presidente Catricalà in che modo la sua critica al tetto pubblicitario si colleghi alla situazione europea.

PAOLO ROMANI. Cercherò di rimanere nel tempo fissato. Le dico però, presidente, anche in considerazione dell'importanza dell'audizione di oggi, che limitare a cinque minuti le risposte del presidente Catricalà mi sembra francamente improprio. D'altra parte, mi sembra improprio anche prevedere una sola mattinata, nella quale sia dedicata un'ora all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, un'ora ad una serie di emittenti locali e un'ora a Publitalia e UPA, concentrando quindi in tre ore circa Autorità, mondo dell'emittenza locale, mondo dell'emittenza nazionale dal punto di vista pubblicitario. Può darsi che nel « *work in progress* » emerga che quanto stiamo dicendo ha un fondo di verità.

Pertanto, signor presidente, la preghe- rei di prevedere, eventualmente, una maggiore durata dell'audizione del presidente Catricalà oppure un suo ritorno in altra seduta, in base alla sua disponibilità, ma l'occasione di oggi mi sembra troppo importante per limitare in questo modo i nostri interventi e le relative risposte del presidente.

Abbiamo ovviamente letto tutti con molta attenzione le valutazioni da lei

svolte, che ci aveva anche anticipato e credo che l'approfondimento di questa mattina sia stato utilissimo. Mi sembra che la tesi di fondo verta fundamentalmente su due punti. Il primo è l'allargamento della base di calcolo. Mi pare che tutta l'evoluzione della legislazione sulla televisione abbia previsto, proprio in base alla famosa convergenza multimediale, che la base di calcolo si ampliasse. Siamo partiti con la legge Mammi, negli anni novanta, con una certa base di calcolo; si è poi passati alla legge Maccanico, che lei stesso ha citato, che ha fissato un limite del 30 per cento perché la base di calcolo era già molto più ampia, e si è quindi arrivati al famoso SIC.

Ricordo che ci fu una discussione sulla definizione dei limiti, perché il provvedimento ritornò dal Quirinale al Parlamento che approfondì in maniera precisa e puntuale tale base. Questo famoso SIC, di cui ogni tanto qualcuno parla in maniera ironica, è quindi un argomento preciso, che fu definito anche sulla base di una discussione fra Parlamento e Quirinale.

Oggi si ritorna invece, e giustamente il presidente Catricalà lo sottolinea, ad una base di calcolo ristrettissima, come se non esistesse la convergenza multimediale, come se tutto quello che è accaduto in questi quindici anni non si fosse mai verificato, come se l'innovazione tecnologica non fosse mai intervenuta. Mi pare che quanto sottolineato dal presidente, da questo punto di vista, sia importante.

Per quanto riguarda il problema della conversione del sistema dall'analogico al digitale, esiste una storia che va ricordata. La legge varata dal centrosinistra nel 2000 definiva come data di scadenza, come *switch-off*, il 31 dicembre 2006; tale termine, poi confermato dalla legge Gasparri, è stato spostato al 2008, durante il Ministero Landolfi, ma oggi viene differito al 2012.

Nella parte finale del suo intervento, lei sostiene che il disegno di legge Gentiloni le sembra positivo dal punto di vista della conversione del mondo analogico in digitale. Lei è sicuro che il prolungamento della data di scadenza dello *switch-off*, possa essere veramente utile e che invece

non sia stato più utile nel passato avere un legislatore che cercasse di rendere cogente il passaggio alle aree *all digital* con un punto di caduta abbastanza vicino, salvo poi verificare che le condizioni di mercato non consentissero il passaggio del digitale alla data prevista?

Rimandare, fin da oggi, il digitale al 2012, ultimo anno previsto dall'Europa - la fascia 2008-2012 - non consentirà quello stimolo forte al mercato per il passaggio al sistema digitale.

ROBERTO ZACCARIA. La valutazione di base, per cui la pubblicità costituisce l'elemento centrale nel sistema radiotelevisivo, elemento in qualche modo decisivo, è data dalla stessa Autorità garante della concorrenza e del mercato, che nel 2004 ha svolto un'indagine conoscitiva sul settore televisivo. In Italia esiste una situazione che non ha precedenti in tutto il resto d'Europa. Non a caso, la situazione della pubblicità in televisione è molto più forte che nel resto d'Europa e questo è un dato di fatto che non può essere trascurato.

La Corte costituzionale ha emanato diverse sentenze. Lei, presidente, ne ha citate alcune, ma quella nevralgica, in materia di pubblicità, è la n. 231 del 1985, nella quale si afferma chiaramente che questo è il tema di fondo ed è necessario intervenire, « porre dei limiti » per tutelare due valori fondamentali, gli utenti e il pluralismo, sotto la spesa della libertà della stampa. Questo è un elemento chiave per capire tutta la giurisprudenza successiva che poi ritorna su questo punto.

Come terza considerazione, lei all'inizio giustamente ha distinto l'*antitrust* dal pluralismo. Avrebbe potuto aggiungere che, per tutelare l'*antitrust*, in genere ci sono i limiti *ex post*, per tutelare il pluralismo, in tutti i paesi si prevedono limiti *ex ante*. Quando lei cita le conclusioni di Tesauro, dice sostanzialmente che i limiti *ex ante* non sono migliori per tutelare l'*antitrust*. Secondo me, qui c'è un salto logico che personalmente non mi è sfuggito e che tocca un punto nevralgico, il ruolo del Parlamento.

Se il Parlamento può porre limiti *ex ante* per tutelare il pluralismo, esso ha a disposizione, in materia di pubblicità, una tastiera complessa. Sappiamo che esso può porre limiti alla pubblicità, cioè stabilire gli indici di affollamento, può fissarne in qualche modo la quantità massima e se per pubblicità si intende *spot* e telepromozioni, cosa che è variata nel tempo con i legislatori. Può stabilire il numero di interruzioni pubblicitarie e la quota di mercato e, se si muove nella logica della tutela del pluralismo, può stabilire limiti *ex ante*.

Da questo punto di vista credo che questa discrezionalità del legislatore non possa essere minimamente messa in discussione, anche nel rapporto modulare tra i vari tipi di interventi. Il disegno di legge Gentiloni afferma un concetto molto preciso: storicamente, nel nostro paese, la pubblicità ha avuto un ruolo dominante. Se non si risolve questo problema, non si risolve il problema del duopolio.

Lei citava la legge Maccanico, ma essa aveva una formulazione che è parsa insufficiente, al punto che la Corte costituzionale, nel 2002, ha sostenuto che la legge Maccanico non va bene perché ha posto dei limiti che, in qualche modo, sono poi stati aggirati dalla legge voluta dal ministro Gasparri.

La formulazione del disegno di legge Gentiloni è assolutamente corretta e fa leva su questa tastiera: limiti, indici di affollamento, interruzioni pubblicitarie e limite *ex ante*, per tutelare il pluralismo. Naturalmente poi l'*antitrust* si tutela con gli altri strumenti che lei ha indicato.

Ciascuna emittente, in ambito nazionale, non può superare un certo valore. Si considera, anzi, in « posizione dominante » se è al di sopra di un certo valore. Questa però non è una « tagliola », non è una norma cogente e perentoria, perché ci sono due alternative: o l'indice di affollamento scende al 16 per cento anziché al 18 per cento, oppure si colloca una rete su un'altra piattaforma e si ritorna ai limiti normali.

Mettere in discussione questa articolata tastiera nelle mani del legislatore significa

colpirne la discrezionalità, aspetto fondamentale in un sistema democratico. Da questo punto di vista, ho delle riserve sull'aver all'inizio detto correttamente che c'è concorrenza e pluralismo e, nella seconda parte, aver citato soltanto i limiti *ex ante*, come sconsigliati per fronteggiare la materia della concorrenza.

MARIO BARBI. Vorrei innanzitutto dire al presidente Catricalà che avrei preferito conoscere oggi, in Commissione, le opinioni dell'Autorità che presiede, senza che fossero precedute dall'intervista televisiva di domenica, di cui abbiamo avuto notizia ieri sulla stampa. Mi sarebbe sembrato più consono al ruolo di grande importanza e rilievo da lei svolto nell'ordinamento del nostro sistema statale e repubblicano.

Detto ciò, ho una forte perplessità su quello che mi pare un filo del ragionamento che è stato svolto e che, naturalmente, colgo e afferro in modo per ora intuitivo, perché va letta con attenzione tutta l'argomentazione. Mi sembra comunque di cogliere due elementi. Vi è anzitutto una messa in discussione di quello che è un cardine della legislazione sui sistemi radiotelevisivi nel nostro paese, ma non solo, vale a dire il divieto della posizione dominante. La posizione dominante va definita e va rimossa, nel caso venga individuata.

Ciò viene messo in discussione, ma io considero discutibile questa opinione dell'Autorità e mi auguro che il legislatore non l'accolga. Peraltro, il divieto di posizione dominante è presente anche nella legge Gasparri, che noi del centrosinistra pure abbiamo così criticato, non soltanto con riferimento al SIC, ma anche con riferimento ai mercati rilevanti che i SIC compongono e che purtroppo non sono stati ancora definiti da alcuna autorità.

Mi chiedo se il mercato della pubblicità televisiva non sia un mercato rilevante e se, individuato questo mercato come rilevante, una posizione che ha il controllo del 60 per cento di tale mercato non debba essere considerata dominante e quindi soggetta ad interventi di correzione.

Per questo, mi pare che le misure *ex ante* vadano mantenute, fatto che lei mette fortemente in discussione. Semmai c'è un problema di attuazione di tali misure perché, quando la posizione dominante – come lei ricordava – fu individuata come esistente, mancarono poi gli strumenti per rimuoverla.

Mi pare che il disegno di legge Gentiloni ci offra sia una definizione interessante e utile di posizione dominante, per un mercato che è un segmento fondamentale del sistema radiotelevisivo, sia indicazioni utili per correggere e rimuovere questa posizione. Peraltro, lo fa in modo blando. Siccome spesso il meglio è nemico del bene, intanto cerchiamo di realizzare il bene, perché il duopolio è forte e qualche correzione va introdotta, poi raggiungeremo il meglio quando ci saranno il digitale, la pluralità di canali, un orizzonte del sistema liberato che ci viene promesso ormai da parecchio tempo, che doveva realizzarsi alla fine del 2006, ma che è stato spostato nel 2012.

Qualcosa mi pare debba essere fatto. Io non vedo questo manicheismo del pluralismo da una parte e del mercato dall'altra. Un mercato va regolato anche ai fini del pluralismo; non mi pare che si possa operare disgiungendo una finalità dall'altra.

Da ultimo, vorrei svolgere una nota sulla filosofia che mi pare di cogliere nella sua relazione: senza misure deconcentrative, il mercato non si apre, però mi pare che secondo la sua opinione, se adottassimo misure deconcentrative, il mercato si deprimerebbe. Questa è una filosofia che io considero piuttosto curiosa e che nella nostra indagine dovremmo proporci di confutare.

EMERENZIO BARBIERI. Sono d'accordo sulla posizione espressa all'inizio dall'onorevole Beltrandi circa le polemiche che hanno coinvolto il presidente Catricalà in questi giorni, perché devo dire che le conclusioni delle Autorità vanno bene quando sono gradite ad una certa parte, mentre risultano sgradite quando alla stessa parte non vanno più bene.

Anche io, onorevole Barbi, avrei preferito che il ministro Gentiloni fosse venuto in Parlamento a spiegarci cosa intende fare sulla riforma della Rai, anziché comunicarlo in quarantasette interviste radiofoniche, televisive e giornalistiche.

MARIO BARBI. C'è una differenza istituzionale.

EMERENZIO BARBIERI. Anch'io considero che vi è una differenza istituzionale, esattamente nella direzione opposta a quella espressa dall'onorevole Barbi.

Le Autorità hanno, contrariamente ai Governi e alle maggioranze parlamentari, un dato di continuità logica, oltre che di contenuti, nel loro operato. Nell'indagine conoscitiva del novembre del 2004, l'Autorità scriveva – lei lo ha citato – che era necessario ed urgente accompagnare l'eliminazione dei predetti limiti con un intervento di carattere strutturale, volto a rendere realmente contendibile il mercato. Chiedo se ancora oggi l'Autorità sia di quell'opinione e vorrei che lei ci indicasse quali provvedimenti ha in mente.

MARIO RICCI. Intendo partire dalle considerazioni dei due colleghi che mi hanno preceduto.

Concordo, in parte, su quanto sostenuto dall'onorevole Barbieri, secondo il quale il presidente dell'*antitrust* è legittimato ad esprimere le sue opinioni sull'iter legislativo di provvedimenti, in maniera pubblica. Però, vorrei sottolineare che, dal momento in cui era già a conoscenza della convocazione in questa audizione, proprio per esprimere il suo punto di vista sull'avvio dell'iter legislativo del disegno di legge presentato dal Consiglio dei ministri, avrebbe dovuto mantenere un rapporto di correttezza nei confronti delle Commissioni che questa mattina sono qui presenti per ascoltare il presidente Catricalà.

Mi associo, quindi, alle considerazioni critiche svolte dal collega Barbi.

Vorrei porre una domanda. Giustamente è stato rilevato che il mercato pubblicitario è uno dei più bassi in Europa e le ragioni sono ben note a tutti: esistono

dei meccanismi che hanno determinato, attraverso il duopolio, una sorta di *dumping*; vi è cioè una pratica dei listini pubblicitari che non tiene conto della banda di oscillazione e della media europea per il mercato pubblicitario. Il duopolio ha interesse a determinare una sorta di svendita, molto spesso per concentrare su di sé tutto il mercato pubblicitario e quindi creare condizioni discriminatorie verso altri soggetti.

Questo è un aspetto importante per quanto attiene ad uno degli obiettivi che si propone il disegno di legge Gentiloni, quello del pluralismo e dell'aumento delle quote di mercato nella raccolta pubblicitaria.

Vorrei chiedere al presidente dell'*anti-trust* se concordi nel perseguire con determinazione il superamento di questo *dumping*, creando effettivamente le condizioni per un innalzamento del mercato pubblicitario, attraverso il quale poi si possano esprimere forme di pluralismo molto più accentuate di quelle esistenti con il sistema attuale.

VITO LI CAUSI. Innanzitutto, il gruppo dei Popolari-Udeur auspica che si arrivi ad una legge che sia equa ed equilibrata e non di costrizione nei rapporti o ai danni di qualcuno.

Detto questo, mi pongo, dottor Catricalà, le seguenti domande. Chiedo se sia utile, come principio, porre un limite, per legge, alla crescita di un'impresa. Per quanto riguarda l'informazione, come si fa a non creare posizioni che possono soffocare il pluralismo ed anche - perché no? - il valore stesso della concorrenza?

Ritengo che ripartire dalla legge Maccanico, che vietava ad un unico soggetto di detenere TV, giornali, radio - aggiungo anche Internet - possa essere l'inizio di un lavoro, che ci permette già di distinguere il mercato nazionale da quello locale, perché precedentemente ci siamo accorti di ciò che è avvenuto.

NICOLA BONO. Vorrei porre una domanda secca, anche perché, come dicevo all'inizio, credo che le audizioni debbano

essere l'occasione per formulare domande, non per fare dichiarazioni di principio né per esprimere le posizioni dei singoli gruppi sui provvedimenti in esame. In ogni caso siamo in un libero Parlamento ed ognuno può dire ciò che vuole.

La domanda è rivolta al presidente Catricalà: lei ritiene che mettere a disposizione il 40 per cento della capacità trasmissiva sul digitale terrestre, garantito dalla legge Gasparri, ai produttori di contenuti, sia una misura idonea a garantire il pluralismo editoriale? Questo è uno dei punti nodali sui quali dovremo pronunciarsi.

ANGELO MARIA SANZA. Leggo nella relazione del presidente Catricalà un dato positivo. Si è fatta chiarezza sul famigerato SIC; ne abbiamo parlato tanto male in questi mesi in queste Commissioni e adesso ci si è accorti che era una base significativa per poter poi determinare delle scelte (*Commenti*). Ti ringrazio. È corretta questa tua riflessione. Il tema della relazione del presidente Catricalà ruota intorno al discorso su pluralismo e concorrenza. Apprezzo la sua riflessione molto equilibrata, perché prova a tenersi rigorosamente nell'ambito della concorrenza, per non invadere campi altrui.

È chiaro che questo è un messaggio per il legislatore e il rapporto fra concorrenza e pluralismo è un problema che in questa sede dovremmo essere in condizione di porci.

Apprezzo la prudenza del presidente, però il percorso che si era intrapreso con la legge Gasparri - lo voglio ricordare ai colleghi parlamentari - era la breve scadenza temporale di entrata dello *switch-off* e quindi il passaggio al digitale terrestre. Se avessimo mantenuto tempi più ristretti, avremmo avuto certamente le due cose, secondo la mia lettura, sia il pluralismo che la concorrenza.

Oggi vediamo, ed è lettura costante, che il pluralismo lo si sta determinando di fatto con il sistema satellitare, mentre l'analogico è sempre più marginale.

Incidere sulla penalizzazione di chi fa televisione generalista mi sembra, nei fatti,

di buon senso, perché si recupera quella tecnologia per realizzare l'incontro tra questi due scenari, il pluralismo e la concorrenza.

Volevo pregare il presidente, attraverso queste riflessioni, per fare una cosa a servizio del paese - in qualche modo lo ha accennato il collega Tranfaglia -, di aiutarci a capire meglio la correlazione tra lo scenario che esiste in Italia e la situazione europea. Abbiamo in programma anche l'audizione del commissario europeo, ma chiedo aiuto al presidente Catricalà, affinché possiamo confrontarci serenamente sul disegno di legge Gentiloni.

Vorrei ricordare ai colleghi della maggioranza che abbiamo alzato un polverone inopportuno nelle scorse ore. Aveva ragione il collega Barbieri: se ogni volta, invece di apprezzare i contributi di chi ci deve aiutare, sia al Governo che nelle *authority*, siamo qui a starnazzare, non facciamo un uso corretto dei suggerimenti che vengono dall'esterno.

ANTONELLO FALOMI. Credo che il presidente Catricalà, uscendo dalla tradizionale parsimonia che ha sempre caratterizzato le precedenti presidenze dell'Autorità nelle esternazioni, sia entrato molto clamorosamente, attraverso un intervento televisivo, sui limiti della raccolta pubblicitaria.

Non si può non tenere presente - a me pare che queste esternazioni non lo facciano, ma il Parlamento ha invece il dovere di farlo - che quando parliamo di imprese, di emittenti radiotelevisive, non ci riferiamo alla produzione di frigoriferi o di scarpe, ma alla produzione di informazione, di intrattenimento, di un prodotto che ha collegamenti con la democrazia, con il pluralismo, con la pluralità di orientamenti che debbono essere garantiti. Bisogna tener conto di questa specificità e quindi la legislazione *antitrust* in questa materia deve essere diversa, secondo me, dalla legislazione relativa ad una qualunque impresa.

Il tentativo di moltiplicare la pluralità delle fonti, attraverso regole *antitrust* piuttosto cogenti, anche superando i limiti

delle vecchie regole che sono state aggregate, è un problema reale. Penso che la necessità di fissare in questo caso limiti *ex ante* sia connessa proprio alle caratteristiche di questo mercato e del prodotto radiotelevisivo, anche su scala europea, perché si richiama l'orientamento espresso da diverse direttive e raccomandazioni in sede europea. Ci sono situazioni che giustificano l'apposizione di limiti *ex ante*, perché quando si parla di ostacoli strutturali all'accesso al mercato, individuati anche nella raccomandazione della Comunità europea, nelle condizioni iniziali dei costi e della domanda, che creano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori, rendendo difficile o addirittura impossibile l'accesso al mercato da parte di questi ultimi, queste condizioni giustificano l'apposizione di vincoli *ex ante* e non *ex post*.

Lei sostiene che il mercato è in grande evoluzione, però tale evoluzione si verifica in una condizione nella quale il rischio, che il ministro Gentiloni cerca di correggere, è quello di trasportare l'attuale situazione di monopolio anche negli scenari futuri: forse questo aspetto andava maggiormente sottolineato, perché altrimenti quella posizione finisce per assumere un significato che sicuramente va al di là delle intenzioni.

DAVIDE CAPARINI. Chiedo al presidente Catricalà, alla luce della recente bocciatura da parte dell'Unione europea delle sovvenzioni ai *decoder*, quali misure ritenga idonee, tra quelle che nel corso degli anni sono state attuate, per incentivare il passaggio al digitale e quindi aumentare la platea di coloro che possono accedere a questa nuova tecnologia.

FULVIO TESSITORE. Sono convinto che le audizioni servano per capire e allora le pongo una domanda per verificare se sono riuscito a capire il suo ragionamento su un punto centrale, quello del rapporto tra pluralismo ed esigenze del mercato.

La prima osservazione è la seguente. A me sembra che le sentenze della Corte

costituzionale da lei citate (ne avrebbe potuto citare anche altre) si riferiscano all'articolo 3 della Costituzione: garantire l'uguaglianza di fatto e non l'uguaglianza formale.

La mia domanda è questa: le sembra appropriata l'osservazione da lei svolta, a pagina 5 della sua relazione, in merito alle valutazioni politiche sulle modalità di tutela del bene superiore? Ritengo che quelle siano valutazioni di ordine costituzionale al cui interno il politico deve muoversi per non violare un principio fondamentale che non è in discussione, non è nella disponibilità né del politico né di chi gestisce il mercato, perché è un dettato fondamentale della Costituzione: l'eguaglianza di fatto. Mi sembrerebbe che più che valutazioni politiche qui dovrebbero essere operate valutazioni di ordine costituzionale.

CARLO COSTANTINI. Intervengo anch'io brevemente per rappresentare l'esigenza di capire. Nel suo intervento ho letto alcune puntualizzazioni, che lei ha incentrato su aspetti tecnici e parziali, nel senso che, lì dove specifica che gli obiettivi della Commissione europea e gli interessi costituzionalmente protetti sono due, quello del pluralismo e quello della concorrenza e del mercato, fornisce una chiave di lettura particolare alle considerazioni da lei svolte esclusivamente come presidente dell'Autorità garante della tutela della concorrenza e del mercato.

Lei quindi fa delle dichiarazioni assolutamente di parte, che lasciano invariata la possibilità per la politica di considerare prevalente, in questa fase, l'interesse di difendere il pluralismo dell'informazione. Le chiedo questa conferma perché, se così fosse, probabilmente la chiave di lettura del suo intervento cambierebbe molto e sarebbe una chiave di lettura non necessariamente negativa rispetto al provvedimento che abbiamo all'esame, ma negativa limitatamente ad una parte degli interessi protetti; indifferente però, perché è una competenza non sua ma della politica, rispetto alle esigenze altrettanto forti di difendere il pluralismo dell'informazione.

RODOLFO DE LAURENTIIS. Prenderò solo un minuto di tempo. Innanzitutto voglio ringraziare il presidente Catricalà per la relazione, che considero un utile contributo per l'approfondimento di un tema centrale, quello dei limiti *antitrust*.

Non voglio fare una cronistoria, molti colleghi si sono attardati anche a ridefinire il quadro legislativo del nostro paese sul tema, però è ovvio che il punto nodale di questo provvedimento è l'adozione di norme *antitrust* che valgano per tutti; mi sembra che sia questo il richiamo che ha fatto in queste ore il presidente Catricalà.

Vorrei che lei, presidente, approfondisse il quadro europeo su questo aspetto: noi abbiamo sempre un orizzonte limitato al nostro paese; se riuscissimo a guardare oltre i nostri confini, forse potrebbe essere utile. Per esempio, in Germania esiste una legge sull'*audience*, che è diversa, con presupposti diversi e con un quadro di riferimento diverso.

Le chiedo dunque di chiarire lo scenario europeo all'interno del quale ci muoviamo.

PRESIDENTE. Do nuovamente la parola al professor Catricalà per la replica.

ANTONIO CATRICALÀ, *Presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato*. Vi ringrazio molto, sia per le domande pertinenti che mi sono state rivolte sia per le osservazioni, alcune delle quali hanno costituito oggetto di mie riflessioni.

Sono una persona che è cresciuta nelle istituzioni e che ne ha sempre avuto rispetto. Quindi mi sono interrogato anch'io, onorevole Bardi, sull'opportunità o meno di parlare di un argomento così delicato in televisione. Mi sono risposto che l'Autorità *antitrust* ha il dovere di promuovere la concorrenza e di farlo capire ad un paese in cui è ancora difficile rendersi conto dell'importanza della concorrenza e delle liberalizzazioni: ho ritenuto che, se invitato, avrei dovuto parlare.

È diversa, però, l'altra considerazione che è stata fatta. Avendo già ricevuto l'invito per questa audizione, prevista su

questo specifico argomento, avrei potuto evitare di rispondere. Se ho risposto è perché ho detto solo due cose, entrambe di grande evidenza. Innanzitutto, il digitale terrestre sarà un bene per il paese. In secondo luogo, dal 2000 l'Autorità *antitrust* va predicando per tutti i mercati, non solo per quello televisivo, l'inefficienza dell'introduzione di tetti *antitrust*.

Leggo dalla relazione annuale del 2000: «...ossia l'individuazione di quote mercato e soglia che, inderogabilmente, non devono essere superate, è una scorciatoia inadeguata, che ormai in molti settori dell'economia, dal cinema al calcio e, recentemente, al gas, viene proposta con buone intenzioni, senza però che vengano considerate le innumerevoli controindicazioni. Innanzitutto, l'individuazione di una quota di mercato è una misura troppo meccanica per la definizione di una posizione dominante e tale da influenzare negativamente la stessa applicazione della normativa *antitrust* ».

Questo per quel che riguarda il metodo; però voi mi avete rivolto molte importanti domande sul merito, rispetto al quale è stata colta l'essenza della mia relazione: c'è un problema di livello costituzionale, che è la tutela del pluralismo e c'è un problema di tutela del mercato.

L'Autorità *antitrust* ha un compito molto limitato: non può porre veti al Parlamento, ci mancherebbe, non può dare indicazioni stringenti, non può uscire dai propri ranghi di competenza. Nell'ambito della propria competenza, essa deve dire che un tetto, come quello oggi proposto, potrebbe creare una discrasia di mercato da qui a poco.

Se non l'avessi detto, se avessi taciuto su questo punto, tra due o cinque anni mi avreste potuto dire: «Presidente Catricalà, ma noi ti abbiamo interrogato, la tua missione è quella di tutelare il mercato, perché non ci hai avvertiti?»

Questo è il mio mestiere, che svolgo con profonda onestà. Quando si è trattato di colpire i grandi poteri forti, l'ho fatto: sono andato contro il sistema bancario, sto soffrendo per i ricorsi proposti dalle compagnie di assicurazioni, ho attaccato i

settori dell'energia e del gas, ho attaccato le corporazioni. Credo di essere una delle persone meno gradite ai poteri.

Se svolgo un'osservazione di carattere strettamente economico, avvalorata da tutta la scienza economica, ciò non significa che io sposi un'idea politica o un'altra, anche perché io, essendo un magistrato, non ho mai sposato nessuna idea politica. Ho sempre pensato che un uomo dello Stato debba servire solo ed unicamente lo Stato e non ho intenzione, né ora né in futuro, di svolgere un'attività che sia politica.

Le osservazioni che sono state fatte sono molto pertinenti. Che cosa è la tutela del pluralismo? Il pluralismo è un bene superiore, quindi spetta indubbiamente al Parlamento valutare liberamente le misure che ritiene di adottare.

L'Autorità *antitrust* può sottolineare l'incongruenza di alcune misure rispetto al fine o la loro pericolosità per il mercato.

Per quel che riguarda il divieto di posizione dominante, non diciamo che la posizione dominante non debba essere definita, se esiste. L'Autorità *antitrust*, sotto la mia gestione, e non sotto gestioni precedenti, ha dichiarato abusivo il comportamento di Mediaset, definendolo abuso di posizione dominante, quando sono stati acquistati i diritti televisivi, su più piattaforme e con esclusive troppo libere. Mediaset ha dovuto fare tre passi indietro e lasciare liberi quei diritti.

Quando Mediaset ha acquistato la terza piattaforma digitale, l'Autorità *antitrust* ha «sterilizzato» l'acquisto, perché non ha consentito che ci fosse il benché minimo guadagno pubblicitario su quelle frequenze, data l'asimmetria che, per la dinamicità di Mediaset e la staticità della Rai, si veniva a verificare: una televisione pubblica che non investe nel sistema digitale e una privata che invece investe troppo. Non per questo però si possono limitare gli investimenti.

Il mercato pubblicitario è il mercato principe per alcune società, ma non per tutte: certamente non per la Rai, perché la Rai ha anche il canone; non per le televisioni satellitari, che fanno anche pubblicità ma addirittura con prezzi bassi perché, in

fondo, non è quello il loro problema. Il problema di Sky è di avere più utenti, mi pare che sia già sui quattro milioni di abbonamenti, una cifra consistente.

Per Mediaset la pubblicità è la fonte principale di finanziamento. Ciò che dice l'onorevole Barbi è vero: nessuno vuole colpire la capacità di crescita di quella società o il suo fatturato; sarebbe veramente inammissibile. Il risultato, purtroppo, data la struttura del mercato pubblicitario darà luogo ad una misura che risulterà asimmetrica.

Il motivo è molto semplice: il mercato pubblicitario è maturo in Italia, cresce dell'1 per cento all'anno. Se si perde una quota di mercato del 20 per cento, ci vorranno vent'anni per recuperarla. Questo è il discorso. Mi avete chiesto cosa suggerisco di fare. Io credo che non spetti all'Autorità *antitrust* decidere. L'Autorità *antitrust* fa da sempre una politica contraria ai limiti, ai tetti, vuole essere forse eccessivamente padrona del mercato, però qui c'è l'esigenza del pluralismo che è superiore.

Mi è stato chiesto come funziona in Europa. In nessun paese d'Europa esiste l'anomalia, che è solo italiana, di un duopolio così evidente e di una serie di piccoli soggetti, alcuni « *newcomer* », che stanno sostanzialmente sotto soglia.

La mia relazione si limita ad indicare due modelli. Il primo è il modello italiano di legge Maccanico, il secondo è quello tedesco, del quale ho sentito parlare — anche se non se ne fa cenno — un modello che ha come momento di verifica della tutela del pluralismo vero e proprio, non dei fatturati, non della ricchezza delle aziende, l'*audience*.

Lì c'è un limite del 30 per cento. Sia chiaro che l'Autorità non si può permettere il lusso di indicare una di queste misure, però, nella congruenza tra le varie misure, ritengo che sia più giustificato questo tipo di ragionamento: rinforzare la legge Maccanico, dando poi all'Autorità delle comunicazioni i poteri di intervenire sull'*audience* stabilendo delle misure, una volta che siano superati i tetti.

Si tratta di misure ovviamente temporanee, perché non si può impedire ad uno spettacolo di avere successo o ad una trasmissione di avere più ascoltatori, ma anche di natura frequenziale. Si può studiare di tutto, ma non spetta a noi stabilire se una misura sia giusta o meno perché la materia del pluralismo è di vostra esclusiva competenza.

La conversione al sistema digitale è troppo lontana, si è parlato del 2012. Penso che il sistema digitale non sia una panacea, ma una forma di trasmissione che risolverà anche l'anomalia italiana. Ciò accadrà perché tutti sappiamo che il digitale dà più capacità informativa, perché ha più canali. Non so per quale motivo una tecnica così importante non prenda piede nel nostro paese. Il passaggio dalla televisione in bianco e nero a quella a colori avvenne in pochissimo tempo e le televisioni a colori costavano tantissimo.

Oggi un *decoder* costa pochissimo, ma non viene acquistato. Credo che non ci sia sufficiente coscienza nel popolo italiano dei vantaggi derivanti dalla tecnica digitale. Sono un utente di Sky, dove seguo anche il telegiornale, perché lo vedo meglio. Ho anche una televisione in camera da letto collegata con il sistema digitale e quando devo ripassare l'inglese mi collego su *Rai educational* e sento la lezione d'inglese sul digitale terrestre.

Occorre spendere qualcosa, ma le tecnologie oggi sono tali e tante che possono consentire, con una spesa unica, di acquisire tutti e due gli strumenti. Ma ora voglio parlare del *decoder* per il digitale terrestre, che può servire anche per il digitale.

La Commissione europea è intervenuta duramente sulla vicenda degli incentivi al *decoder*, previsti dalla legge finanziaria 2004, quando i *decoder* non consentivano l'utilizzazione da parte di Sky. La seconda legge, del 2005, non è stata oggetto di attenzione comunitaria, perché la posizione era paritetica, ossia entrambi i *competitors* potevano avvalersene. Poi, per una propria scelta commerciale, Sky evidentemente ha preferito non avvalersene.

Come accelerare il passaggio al sistema digitale? Probabilmente bisognerà spin-

gere su una diffusione culturale, come si fece all'epoca per il televisore a colori, preparando una pubblicità di interesse pubblico a favore del digitale.

Oggi il sistema digitale è vissuto dalle televisioni, ma anche dagli utenti, come una punizione. Invece è un fatto positivo di grande importanza. La televisione diventa interattiva, è tutto un altro modo di vedere la televisione, senza un'eccessiva spesa e con gli apparecchi vecchi che già abbiamo.

Secondo me, la posizione dell'Autorità *antitrust* va vista nei suoi concreti ed effettivi ambiti, cioè essa riafferma i principi a tutela del mercato, lasciando completamente libero il Parlamento di esprimere le valutazioni, le norme, le decisioni che vorrà esprimere, perché solo ad esso queste spettano.

È vero quello che diceva l'onorevole Tessitore; non sono solo valutazioni di ordine politico, ci sono anche valutazioni di ordine giuridico. Ma anche la valutazione di ordine giuridico non spetta a me, perché io rappresento un'autorità economica. Posso solamente dire che un sistema basato unicamente su una misura che penalizza, in qualche modo, uno dei *competitors*, anche se si tratta di quello dominante, potrà creare, problemi di mercato nel breve o nel lungo periodo.

Era mio dovere dirlo. Se non lo avessi detto, avrei commesso un peccato.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Catricalà e dichiaro conclusa l'audizione.

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
PIETRO TESTONI

**Audizione di rappresentanti di Rete A,
ReteCapri e Odeon TV.**

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 Rete A, ReteCapri e Odeon TV.

PAOLO ROMANI. Vorrei far presente, sull'ordine dei lavori, che il problema che abbiamo già posto permane in termini ancora più gravi, in quanto la precedente audizione si è conclusa con molto ritardo, ora sono presenti cinque cortesi ospiti e abbiamo previsto un'altra audizione per le ore 13.

Chiedo pertanto al presidente come intenda far procedere i nostri lavori, in quanto non penso che sia ipotizzabile uno slittamento di un'ora, un'ora e mezza. Vorrei dunque sapere cosa succede, anche perché — lo ribadiamo — è dimostrato che in un'ora non si può svolgere un'audizione. Nel caso precedente avevamo un solo interlocutore, in questo caso ne abbiamo addirittura cinque: non penso che ognuno di loro possa parlare per un minuto, né si può impedire ai parlamentari di intervenire con la dovuta completezza. Direi che a questo punto occorre prendere una decisione.

DAVIDE CAPARINI. Intervengo anch'io sull'ordine dei lavori per evidenziare come la realtà e i fatti abbiano suffragato ciò che avevamo paventato in sede di ufficio di presidenza. Dato che siamo persone serie, nonché parlamentari che in alcuni casi sono qui da tempo e sono abituati a svolgere questo tipo di audizioni, se stabilissimo una migliore tempistica, anche nel rispetto dei nostri ospiti, potremmo rendere più proficui i nostri lavori.

Ormai, per questa giornata la « frittata » è fatta, ma almeno per giovedì prossimo potremmo organizzare i nostri lavori in un certo modo ed evitare di accavallare audizioni importanti, come quella del presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, prevista appunto per le ore 18 di giovedì.

EMERENZIO BARBIERI. Mi associo a quanto osservato dai colleghi, con una ulteriore motivazione. Dalla convocazione risulta che la seduta delle Commissioni

riunite dovrebbe concludersi alle ore 14, tanto è vero che la Commissione cultura è convocata per le ore 14,15. Questo anche perché non è che i deputati prendano parte solo ai lavori di Commissione: oggi in Assemblea è previsto il seguito dell'esame del decreto « mille proroghe ».

Chiedo pertanto di concludere i nostri lavori rigorosamente alle ore 14, scusandomi con gli interlocutori che sono stati convocati e anche attribuendo delle responsabilità, presidente, perché tutte queste osservazioni erano state espresse.

L'onorevole Caparini, con l'efficacia che lo contraddistingue, ha parlato di frittata. Che non succeda che da parte nostra si comprimano i tempi delle audizioni perché si vuole rispettare in modo (mi si passi il termine, non è una provocazione) « sovietico » il calendario.

PIETRO FOLENA. Sono molto sensibile a questi argomenti. In corso d'opera dobbiamo aggiustare il tiro. Del resto, come sanno i colleghi dell'ufficio di presidenza (tutti quelli che hanno parlato sono anche membri dell'ufficio di presidenza), abbiamo detto che questa settimana valuteremo l'andamento dei lavori, anche nella prospettiva di chiedere un eventuale, e secondo me abbastanza inevitabile, supplemento di tempi per lo svolgimento dell'indagine conoscitiva.

Credo che ora dobbiamo procedere, innanzitutto per rispetto nei confronti dei nostri ospiti che abbiamo già fatto attendere: faranno le loro esposizioni, vedremo il tempo che sarà necessario. Per ciò che riguarda la successiva convocazione della Commissione cultura, il presidente Barbieri non me ne vorrà ma siamo del tutto in grado di spostarla di 15 o 20 minuti.

Il collega Caparini giustamente invita, dopo l'esperienza di oggi, a valutare se e come riorganizzare il calendario di giovedì. Oggi sarebbe opportuno procedere con il massimo impegno per rispettare i tempi, anche perché i lavori dell'Assemblea ce lo permettono: diamoci poi il respiro necessario per la riorganizzazione dei lavori, giovedì e nei giorni successivi. Questa è la mia proposta.

PRESIDENTE. Stante l'andamento dei lavori dell'Assemblea, abbiamo tempo fino alle ore 15; pertanto, se siete d'accordo, io proseguirei con l'audizione in corso per riservarci poi, al termine della stessa, di fare il punto della situazione. Io ero presente all'ufficio di presidenza della scorsa settimana; effettivamente avevamo raggiunto un accordo per valutare, nella giornata di oggi, la possibilità di una diversa organizzazione dei lavori che, a questo punto, credo sia necessaria.

Do la parola al dottor Rosario Pacini, assistente del presidente di Rete A.

ROSARIO PACINI, *Assistente del presidente di Rete A.* Anche alla luce delle considerazioni ora espresse sui tempi, cercherò di essere molto sintetico. Abbiamo consegnato alla Commissione un breve testo che mi accingo a sintetizzare.

Il gruppo editoriale L'Espresso considera meritoria l'iniziativa di riformare la cosiddetta legge Gasparri, che certamente non era negli interessi di operatori diversi dagli operatori dominanti, Rai e Mediaset, in particolare Mediaset. È lodevole l'iniziativa di riformare la legge Gasparri, ma non siamo completamente d'accordo su alcuni tempi previsti dal disegno di legge Gentiloni e su alcuni aspetti particolari.

Uno di essi, per esempio, per andare subito al concreto, riguarda l'articolo 1, i principi generali. Nonostante il grande dibattito e le molte dichiarazioni fatte, anche nelle sedi istituzionali, dallo stesso ministro Gentiloni, non vi appare la volontà di una equa ripartizione delle frequenze che viene ben prima, come problema, della ripartizione delle risorse economiche. Le frequenze sono un bene primario per l'esistenza dello stesso pluralismo all'interno del sistema.

A questo proposito, il presidente Meta cita il cosiddetto *database*, vale a dire l'archivio delle frequenze, che dovrebbe essere terminato nella giornata di domani - o lo sarà nei prossimi giorni - a cura del Ministero delle comunicazioni e dell'Autorità garante delle comunicazioni. Noi proponiamo che tale strumento, fondamentale per procedere alla pianificazione

e all'assegnazione delle frequenze, venga acquisito da queste Commissioni riunite, perché lo abbiano sott'occhio, per approfondire il problema dell'assegnazione delle frequenze, e sappiano a che punto sono il possesso e l'esercizio di frequenze radioelettriche, da parte di tutti i soggetti, sia in analogico che in digitale.

L'altra questione che riteniamo sia affrontata in maniera troppo leggera, se così si può dire, riguarda il termine entro cui la cosiddetta rete eccedente le prime due, secondo le sentenze costituzionali del 1994 e del 2002, deve andare su altra piattaforma, posto anche che ormai sia la Rai, che è stata assimilata nel disegno di legge a Mediaset, benché non fosse stata colpita dalle sentenze costituzionali, sia Mediaset, hanno ben due reti digitali, due *multiplex*, nelle quali la cosiddetta rete eccedente può essere ospitata e diffusa ad una popolazione non più marginale. Infatti sia Rai che Mediaset — la Rai per obbligo di legge e Mediaset per volontà commerciale — coprono oltre il 70 per cento della popolazione con almeno uno dei *multiplex*.

Quindi, il trasferimento di una rete potrebbe avvenire in tempi ben più rapidi di quelli previsti dal disegno di legge Gentiloni, il quale parla di 15 mesi successivi all'approvazione della legge che, secondo calcoli ottimistici, potrà avvenire non prima del prossimo anno e quindi non prima del 2009.

Per quanto riguarda altri aspetti normativi *antitrust*, previsti nel disegno di legge, con tutta franchezza, noi non siamo tanto d'accordo su quanto dichiarato — ha fatto molto clamore, e immagino l'abbia ripetuto qui stamattina il presidente Caricalà — sul limite del 45 per cento delle risorse pubblicitarie. Non siamo tanto d'accordo perché si tratta di un aspetto molto fuorviante: il business della televisione non si svolge più soltanto con gli introiti pubblicitari ma si svolge con gli abbonamenti, *pay per view*, con l'utilizzo dei prodotti su altre piattaforme e, naturalmente, con il canone di abbonamento.

Riteniamo che un ritorno al passato recente — mai applicato compiutamente peraltro — vale a dire ad un tetto del 30

per cento di tutte le risorse del sistema televisivo, sia più equo, intanto perché consente a tutte le aziende di crescere, anche con investimenti e finanziamenti in altri settori che non siano la pubblicità: cresce il monte di intervento e il tetto del 30 per cento consente all'azienda di crescere, ma significa tenere, entro certi limiti, tutte le aziende del settore.

Inutile nascondersi, lo dico con molta franchezza, che un soggetto che non sarebbe colpito da quanto previsto dal disegno di legge Gentiloni è Sky, che non raggiungerebbe mai quote vicine al 45 per cento della pubblicità ma che può raggiungere nel suo complesso, tra pubblicità e abbonamenti, una posizione dominante di mercato vicina al 30 per cento e oltre, posto che nel 2006 ha rappresentato il 26 per cento del sistema dei finanziamenti televisivi.

Vi sono altre questioni di dettaglio, ma vorrei limitare l'esposizione a questi aspetti sicuramente più significativi. Nel testo troverete anche altri elementi che spero siano di vostro interesse.

PRESIDENTE. La ringrazio, dottor Pacini, per la sintesi e per l'efficacia. Do la parola al dottor Costantino Federico, editore di ReteCapri.

COSTANTINO FEDERICO, *Editore di ReteCapri*. Anche ReteCapri ha predisposto una breve relazione, che potrà rimanere agli atti.

ReteCapri ovviamente ha apprezzato ed apprezza ciò che il disegno di legge n. 1825 intende perseguire: non si può non convenire che l'odierno assetto oligopolistico del sistema, con una serie di risorse economiche, tecniche e di *audience* senza paragoni in Europa — ma direi anche nel mondo — in capo ai due maggiori protagonisti, Rai e Mediaset, e l'occupazione delle frequenze in capo ai su richiamati soggetti, ha impedito lo sviluppo efficiente del settore a causa dell'occupazione di fatto delle frequenze in misura largamente superiore alle esigenze trasmissive e tale da compromettere un qualsiasi efficace sviluppo del sistema e

della concorrenza. Intervenire quindi per correggere queste due distorsioni del sistema televisivo italiano è un'esigenza primaria.

ReteCapri da sempre, fin dal suo inizio nel 1982, ha contestato il duopolio nel settore, avvertendo però che il fenomeno di concentrazione monopolistica, duopolistica o comunque oligopolistica non era limitato alla concentrazione di risorse economiche, tecniche e di *audience* ma a tutti i segmenti che compongono il settore della televisione: questo è l'elemento che si è inteso sempre sottolineare.

A titolo esemplificativo ricordo che ReteCapri ha denunciato il controllo di fatto - è dato tecnico, che tuttavia rappresenta in maniera estremamente plastica il concetto che vogliamo rappresentare - dei migliori siti e delle postazioni televisive per l'irradiazione dei segnali, avendo come riferimento il servizio pubblico, perché storicamente primo in questo settore e quindi anche in questa specifica operatività tecnica. In tal modo si è creata una prima barriera all'ingresso delle attività degli operatori indipendenti e/o minori, per non parlare delle emittenti locali. Conferma del disegno di controllo in questo settore è la costituzione di un'apposita società collaterale al monopolista privato Mediaset che ha per oggetto il *towering*, vale a dire l'acquisizione, la costruzione e la gestione di postazioni radiotelevisive in montagna o nei siti di trasmissione.

Già oggi questa società controlla direttamente lo straordinario numero di oltre 1.500 postazioni, nelle quali si stanno sviluppando rapporti con occupanti o utilizzatori diversi dalle reti Mediaset a condizioni economiche, organizzative, operative e gestionali che ne assicurano, ed ancor più ne assicureranno in futuro, il controllo.

L'acquisizione delle postazioni, eccezionalmente veloce nei tempi, è cauta e progressiva invece per quanto riguarda il rapporto con le emittenti che già utilizzavano le postazioni di altri precedenti gestori. È da prevedere in prosieguo un controllo sempre maggiore che alimenterà il *gap* tecnologico in questo segmento: le

postazioni non sono direttamente accessibili ai tecnici delle emittenti alloggiate che non hanno possibilità di intervento diretto; la loro collocazione in termini di spazio, ovvero in termini di montaggio di antenne e via dicendo, è sempre subordinata alla previa migliore sistemazione delle reti Mediaset. È evidente che il *towering* è un settore a cui bisogna por mano per garantire pari condizioni di accesso e di utilizzo dei siti di trasmissione.

Sono ancora insufficienti gli strumenti in precedenza previsti dalla legge Mammi per assicurare la realizzazione di postazioni con l'esproprio dei suoli, l'assegnazione da parte di comuni, comunità montane o altri enti pubblici e il pagamento di canoni e fitti. Si rendono necessarie più attente e puntuali previsioni normative per agevolare, anche dal punto di vista edilizio ed urbanistico, la realizzazione delle indispensabili infrastrutture per le trasmissioni: è da questo settore che bisogna cominciare per aprire realmente il sistema al pluralismo e alla concorrenza. Senza volere in questa fase e in questa sede prospettare soluzioni o richiedere interventi, corre l'obbligo di indicare e precisare che il duopolio dominante è tale anche per gli altri settori della televisione. Moltitudini di artisti, creativi, registi, produttori operano per i due soggetti in regime di rigida esclusiva, impedendo così l'accesso a nuovi soggetti e comprimendo irrimediabilmente il potenziale sviluppo di quelli già operanti.

Singolare, ma estremamente indicativa, è la posizione assolutamente dominante di Mediaset nel settore marginale, ma pur sempre estremamente importante, della comunicazione e dell'informazione sui programmi e i palinsesti TV. Il riferimento è al settimanale di maggior tiratura, sicuramente il più autorevole e diffuso del settore, tanto da aver istituito il noto premio che annualmente viene conferito ai migliori programmi e ai loro protagonisti ed autori. Inutile sottolineare e ricordare che tali riconoscimenti avvengono rigorosamente ed esclusivamente nel settore

delle reti nazionali Rai e Mediaset, con qualche « alibistica » citazione del terzo marginale operatore.

Dove però il sistema ha finora clamorosamente fallito è stato nella gestione efficiente dello spettro radioelettrico e dell'accesso non discriminatorio alle risorse di canali e frequenze. Correttamente, quindi, sono state individuate, nel disegno di legge, le debolezze strutturali del sistema radiotelevisivo su cui si intende intervenire.

A giudizio di ReteCapri vi sono perplessità di fondo che riguardano la possibilità di ritrovare questi due elementi nel passaggio al digitale, che finirà per premiare Mediaset e Rai, confermando — ed anzi ulteriormente potenziando — il duopolio che ha caratterizzato trent'anni di televisione analogica, a partire dalla sentenza della Corte costituzionale del 1976.

La perplessità più grave, incombente e preoccupante, è rappresentata dal condizionamento che l'intero sistema sta subendo dall'esistenza di un unico soggetto, e quindi di un sicuro monopolista, nella televisione digitale satellitare a pagamento. Giorno dopo giorno, la penetrazione della televisione satellitare a pagamento vede il monopolista conquistare sempre nuovi spazi sottratti alla televisione analogica terrestre, ma in prospettiva anche alla televisione digitale terrestre. Ad avviso di ReteCapri, è questo il nuovo problema di fondo nel nostro sistema radiotelevisivo.

Già il calcio domenicale sta portando la televisione a pagamento a superare in termini di ascolto le televisioni analogiche. Resta da stabilire la ripartizione tra digitale satellitare e digitale terrestre, ma è fuor di dubbio che è il primo ad essere assolutamente preponderante. Occorrerà quindi porre mano ad interventi per ora non previsti nel disegno di legge n. 1825, né preannunciati in altri interventi, per impedire che la televisione satellitare dell'attuale operatore monopolistico provochi nel sistema le stesse gravi alterazioni provocate in questi anni dai *broadcaster* monopolistici (uno pubblico e l'altro privato) nella televisione analogica.

Rigorese limitazioni pubblicitarie nel settore della televisione satellitare a pagamento sono i più semplici e banali provvedimenti per tutelare il pluralismo del settore e per creare le premesse perché, anche nella televisione a pagamento, si giunga alla presenza di altri soggetti in concorrenza. Non si vuole certo richiamare la necessità di operatori nazionali nel settore, ma è certamente singolare che l'operatore monopolistico sia addirittura extracomunitario ed abbia una dimensione planetaria tale da impedire, per le sue stesse dimensioni, il semplice approccio di qualsiasi *competitor*. Il limite alla capacità trasmissiva utilizzata dai fornitori di contenuti e la separazione tra operatori di rete e fornitori di contenuti, presenti nell'articolo 1, rischiano di apparire lodevoli dichiarazioni di intenti destinate però, nella prassi, ad integrare l'esatto contrario di quello che si vorrebbe ottenere. Le concentrazioni in corso ne sono l'evidente dimostrazione.

L'articolo 3, recante disposizioni per l'uso efficace dello spettro elettromagnetico, riporta già al comma 1 un'insufficiente previsione. Fissare infatti al superamento del 98 per cento del proprio bacino di servizio il riconoscimento di frequenza ridondante significa inchiodare l'esistente in maniera irreversibile: perfino due impianti di frequenza adiacenti (per esempio canale 35 e canale 36) che utilizzino trasmettitori con la stessa potenza e addirittura la stessa identica antenna attraverso un *diplexer*, finirebbero per coprire un'area di servizio diversa in almeno il 2 per cento del territorio. Se si intende dare concretezza e percorribilità a tale previsione occorre riportare il limite almeno al 60 per cento.

Le frequenze rese disponibili — ma già su questo abbiamo qualche dubbio —, prima di essere cedute a nuovi soggetti che ne facciano richiesta, devono essere attribuite agli operatori già esistenti, come ReteCapri e le altre reti televisive nazionali, per completare quella copertura che la legge peraltro prevede per una posizione di parità per tutti gli operatori. Le frequenze sono il punto nodale di tutto il

sistema e della sua transizione. Qui si porrà la « nobiltà » della legge per contrastare il duopolio esistente, per impedire quello a venire che già scalcia e recalcitra ai danni degli operatori indipendenti e, ovviamente, delle emittenti locali.

I sistemi di ascolto dovranno seguire le stesse esigenze di garanzia e tutela per tutti gli operatori e non solo per i duopolisti, a cui dovrebbe affiancarsi il monopolista della televisione satellitare a pagamento.

In conclusione, ReteCapri individua e ribadisce ancora una volta l'esigenza di interventi autenticamente rivolti a correggere l'assetto oligopolistico dell'attuale sistema, l'attribuzione e/o la redistribuzione delle frequenze, per assicurare a tutti gli operatori parità di condizioni ed evitare che, per i prossimi trent'anni, si discuta del monopolio nel settore della televisione satellitare a pagamento, come si è fatto inutilmente, nei passati trent'anni, per il monopolio e il duopolio nella televisione analogica.

ReteCapri si impegna infine a presentare, con particolare riferimento a questi tre specifici settori, apposite ipotesi di modifica e di emendamento al disegno di legge n. 1825, di cui questa Commissione ha avviato l'esame.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Raimondo Lagostena, presidente di Odeon TV.

RAIMONDO LAGOSTENA, Presidente di Odeon TV. Onorevoli presidenti, onorevoli deputati e commissari, vi ringrazio per l'opportunità offertaci di dare un contributo alla conoscenza del settore televisivo.

Odeon TV è una delle storiche *syndication* che opera da vent'anni nel sistema televisivo italiano, adottando il modello giuridico di affiliazione di TV locali presenti su tutto il territorio nazionale. Odeon TV è posseduta da Profit Group, che a sua volta controlla alcune tra le più importanti televisioni locali, regionali e pluriregionali italiane, quali Telereporter, Telecampione1, Telecampione2 e Telecampione3.

L'intervento in merito al disegno di legge n. 1825 svilupperà di conseguenza

alcuni temi sotto il profilo dell'interesse delle TV locali italiane.

Le TV locali hanno costituito, come è noto, lo zoccolo su cui si è sviluppato nel nostro paese il sistema televisivo privato fin dalle prime pionieristiche accensioni a partire dal 1974, con il massiccio sviluppo reso possibile dal 1976 con la legittimazione operativa assegnata dalla prima sentenza della Corte costituzionale in materia.

La creazione di *format* di programmi innovativi, di un nuovo modo di concepire l'informazione giornalistica (in particolare con forti radici sul territorio operativo della TV locale), la proposizione di nuovi modelli di comunicazione commerciale, ma anche le evoluzioni tecnologiche relative alla produzione dei programmi, per finire con la creazione delle infrastrutture di trasmissione che hanno costruito il sistema televisivo italiano, si debbono esclusivamente al grande dinamismo delle TV locali, che ancora oggi, per alcuni versi, mantengono un fondamentale ruolo nel sistema televisivo, costituendo un patrimonio di esperienza e professionalità da tutelare, in particolare sotto i seguenti aspetti: risorse frequenziali di trasmissione; informazione e comunicazione sul proprio territorio; opportunità di sviluppo per le piccole e medie imprese locali e areali; pluralismo.

In questo senso riteniamo che il segmento TV locali del sistema televisivo italiano vada tutelato e accompagnato nello sviluppo attraverso opportuni strumenti normativi. Il disegno di legge n. 1825 sfiora il problema delle TV locali, per alcuni aspetti in senso positivo, per taluni altri in senso negativo. Vediamo quali sono questi aspetti.

Sul problema delle risorse frequenziali forse anticipo quello che sarà il risultato del censimento che verrà reso noto domani o dopodomani. Nell'ultima pagina del mio intervento ho allegato uno specchio delle risultanze della distribuzione delle frequenze in Italia sulla base dei nostri archivi e dei nostri *database*. Speriamo siano corrette. Le confronteremo. Si tratta comunque di un dato interessante.

Fra le esperienze di Profit Group, a parte il ruolo operativo tramite le proprie TV locali e le *syndacation*, è registrabile la particolare conoscenza del patrimonio frequenziale italiano. Il nostro gruppo è stato protagonista negli ultimi 16 anni, dalla legge Mammì in poi, di ben 3.892 operazioni di compravendita, compatibilizzazione o ottimizzazione di frequenze, di cui 2.666 negli ultimi 6 anni e 893 negli ultimi 12 mesi.

Come è noto, a parte un breve periodo di staticità seguito alla prima applicazione della legge Mammì, la n. 223 del 1990, già a partire dalla legge n. 422 del 1993 gli scambi di frequenze fra TV locali sono stati resi possibili; sono stati poi estesi alle TV nazionali minori con la legge Macca-nico, la n. 249 del 1997, ed alle TV nazionali maggiori, Mediaset e Rai, con la legge n. 66 del 2001, in questo caso limitatamente all'acquisto di frequenze da parte di Mediaset e Rai per lo sviluppo delle reti di sperimentazione digitale. Inoltre, con la legge n. 128 del 1998 è stato introdotto il principio della compatibilizzazione e ottimizzazione.

Questo quadro normativo, costantemente reiterato e per di più consolidato da continue e coerenti pronunce giurisprudenziali, ha fatto sì che lo sviluppo e l'ottimizzazione delle reti televisive italiane, nazionali e locali, siano stati di fatto lasciati all'iniziativa privata, più volte vanificando diversi piani delle frequenze messi a punto periodicamente dagli esperti del settore.

In effetti, si può dire che la continua iniziativa privata delle TV locali, affiancata dalle TV nazionali esistenti nella seconda parte degli anni ottanta, ha consentito in Italia l'utilizzazione delle risorse radiofrequenziali, nello spettro radioelettrico assegnato alle trasmissioni televisive, come meglio non poteva accadere.

Secondo i nostri *database* — che vi alleghiamo all'intervento — attualmente sono operative in Italia quasi 25 mila frequenze, fra analogiche e digitali, come meglio riassunto nello schema allegato. Di queste, 8.268 sono in capo a Rai e collegate, 5.727 a Mediaset, 1.547 a Telecom

Italia Media, altre 783 a TV nazionali, per un totale di 16.325 frequenze in capo a TV nazionali; 462 frequenze sono utilizzate da TV estere in limitati bacini transfrontalieri e 7.845 frequenze sono operate da TV locali, vale a dire un terzo dell'intero parco frequenze, che, a ben vedere, è di sei volte maggiore rispetto alle frequenze che il piano europeo vorrebbe assegnare all'Italia, che sono 4 mila. Il nostro paese quindi deve preoccuparsi, nei confronti dell'Unione europea, di proteggere questo suo patrimonio radioelettrico, anche perché la naturale barriera geografica costituita dalle Alpi e dai mari che circondano la nostra penisola fa sì che non sussistano i problemi di sbordamento interferenziale di frequenze che caratterizzano piuttosto gli Stati mitteleuropei.

L'ulteriore ottimizzazione della metà circa del parco frequenziale oggi utilizzato dalle TV locali, quindi 4 mila frequenze, potrebbe agevolmente permettere la realizzazione di almeno altre 12 reti nazionali, con copertura superiore al 75-80 per cento della popolazione italiana, portando il numero delle reti nazionali a ben 32 (attualmente sono 20), dunque quasi il doppio del più ottimistico piano delle frequenze rilasciato in passato, che si fermava a 17. Ciò permetterebbe infine la permanenza operativa, quali operatori di reti, ad almeno 5 TV locali per ogni regione italiana, con ottima copertura del territorio.

In conclusione di questo capitolo, auspichiamo dunque che la creazione di nuove reti nazionali possa continuare utilizzando lo strumento normativo introdotto dalla legge Gasparri e confermato nel testo unico, vale a dire lo strumento della trasformazione di TV locali in TV nazionali con conseguente ampliamento: è ciò che è accaduto nel 2006 per la creazione della rete nazionale La3, la prima rete operativa al mondo in tecnica DVB-H.

Riteniamo al contrario che i meccanismi previsti dal disegno di legge n. 1825 di requisizione di frequenze e riassegnazione da parte del Ministero risulteranno di difficilissima attuazione e comunque richiederanno tempi molto lunghi, dilazio-

nando la possibilità di ingresso rapido nel settore di nuovi operatori per l'auspicabile allargamento del mercato e del pluralismo. Viceversa, la realizzazione di nuove reti nazionali partendo dall'aggregazione di frequenze di TV locali consentirebbe la creazione di TV nazionali nel giro di pochissimi mesi, risolvendo anche il problema dell'uscita dal settore, con adeguato ristoro economico — quanto meno quali operatori di rete — di alcune centinaia di TV locali non in grado, a nostro avviso, di reggere il processo di conversione tecnologica previsto dal digitale. Gli editori televisivi locali desiderosi di continuare l'attività nei propri territori quali fornitori di programmi potranno trovare spazio di diffusione nei Mux digitali delle TV locali attrezzate alla conversione.

Rapidamente svilupperò un altro capitolo: un Auditel più trasparente.

Dal punto di vista delle TV locali, una revisione e un controllo di garanzia sui meccanismi dell'Auditel sono sicuramente apprezzabili. Si raccomanda, in particolare, di verificare la corretta distribuzione dei meter di misurazione in proporzione alla popolazione e non in proporzione al territorio.

Si ritiene infatti — pur non potendo disporre di alcun elemento ufficiale, poiché la distribuzione del campione è uno degli elementi maggiormente « protetti » da parte dell'Auditel — che la presenza in maniera significativa di meter in aree di onerosa e difficile praticabilità di servizio (dunque servite solo da Rai e Mediaset) abbia costantemente prodotto, nei vent'anni di esistenza di questo sistema, una distorta rappresentazione degli ascolti nei confronti delle TV locali e delle TV nazionali minori, che hanno limitato, per ragioni economiche, la propria copertura al 75-80 per cento della popolazione nei propri bacini, anziché estenderla fino al 95-99 per cento come (certamente in logica antieconomica ma per doveroso rispetto del pubblico servizio) ha fatto Rai e come, a partire dal 1987, ha fatto anche Mediaset sul modello del concessionario di Stato.

Tale distorsione nella misurazione degli ascolti appare in qualche modo recentemente confermata dalla misurazione degli ascolti satellitari che, provenendo dallo spazio, coprono senza problemi la quota residuale della popolazione non servita dalle TV locali, la popolazione che abita nelle valli: il dato complessivo di ascolti satellitari appare infatti illogico se confrontato con i dati di diffusione dei *decoder* forniti dallo stesso operatore monopolistico Sky.

Per concludere l'argomento Auditel, a proposito di satellite, si raccomanda di rendere trasparente il dato analitico e non solo il dato complessivo che, viceversa, potrebbe apparire premiante per i principali canali dell'operatore Sky. Pur preso per buono il dato complessivo degli ascolti satellitari rispetto alle osservazioni precedenti, risulta da ricerche a campione che esso è notevolmente frazionato fra le diverse centinaia di canali satellitari in lingua italiana che, singolarmente presi, persino quelli più importanti di Sky, mostrebbero ascolti parecchio inferiori alle TV locali di grande e perfino media dimensione. La non trasparente consegna dei dati d'ascolto avuta finora ha fatto sì che negli ultimi mesi la già ridotta quota di inserzionisti di pubblicità tabellare sulle TV locali emigrasse ulteriormente a favore dei canali satellitari di Sky.

Parlando di pubblicità, esponiamo alcune riflessioni sulla necessità di proteggere i giusti bacini di servizio e gli ambiti operativi delle TV locali, e perfino gli investimenti di numerose piccole e medie imprese, oggi spesso attratte da offerte di programmazione pubblicitaria sulle reti nazionali maggiori.

Le TV locali ritengono che la pubblicità delle aziende commerciali locali e areali debba essere riservata a tali emittenti o ai loro circuiti. La definizione di inserzionisti locali o areali dovrebbe essere assunta con riguardo alla diffusione sul territorio italiano dei beni e servizi proposti da tali aziende, a nostro parere nella quota del 50-60 per cento del territorio italiano.

In altre parole, le imprese che non distribuiscono beni e servizi, o non sono

presenti con proprie attività in oltre il 50-60 per cento del territorio italiano, possono far pubblicità solo sulle TV locali. Questo è anche un modo per tutelare una dispersione degli investimenti pubblicitari di queste piccole e medie imprese che talvolta, attratte dalla possibilità di fare campagna sulle grandi reti nazionali Rai e Mediaset con pacchetti scontatissimi, finiscono per disperdere più del 50 per cento del proprio messaggio su *target* di popolazione che mai costituiranno il proprio bacino di mercato.

Più genericamente, la sopravvivenza e lo sviluppo del fertile segmento delle TV locali italiane, che soprattutto in materia di informazione sul territorio e pluralismo politico continuano ad essere insostituibili rispetto ai grandi *network* nazionali e persino al servizio pubblico, dovranno essere garantiti con la maggior definizione di bacini commerciali ad esse esclusivamente riservati.

L'ultimo capitolo è quello delle possibilità di sviluppo di impresa anche per le TV locali. Richiamiamo la necessità di consentire anche alle imprese che hanno scelto di operare nell'ambito del settore delle TV locali che, come è noto, è incompatibile rispetto a quello delle TV nazionali, la possibilità di crescere economicamente oltre i limiti attualmente stabiliti, che prevedono sei concessioni o sei bacini regionali per un massimo di 15 milioni di popolazione coperta, fatte salve le situazioni in essere. Riteniamo che i limiti previsti dalla legge n. 112 del 2004 debbano essere considerevolmente estesi, consentendo la concentrazione di ulteriori emittenti locali in capo a medesimi soggetti. Solo così si consentirà di mantenere vivo quella sorta di laboratorio permanente di idee, innovazione e formazione di risorse umane che è stato ed è tuttora, da trent'anni, il segmento delle TV locali.

I temi che ho esposto sono solo alcuni di quelli che riguardano il settore delle TV locali, ancorché a nostro giudizio i più importanti. Riteniamo che una esauriente e serena disamina di tali temi da parte del legislatore, all'interno di un progetto di legge di riforma del settore delle TV na-

zionali, non sia facilmente possibile. Per questo motivo auspichiamo che, come già accaduto in passato, possa essere tempestivamente varato un provvedimento riservato all'ammodernamento delle norme riguardanti le sole TV locali, eventualmente da armonizzare in ultima analisi con la riforma di settore.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Lagostena.

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

EGIDIO ENRICO PEDRINI. Innanzitutto, al di là delle parole di compiacenza, devo ringraziarvi per le esposizioni che avete svolto, che danno la possibilità — per lo meno a chi vi parla — di arricchirsi in termini di riflessione di carattere generale. Dico subito che non credo si possa esaurire qui, questa mattina, il nostro dialogo. Forse andrà proseguito con future audizioni, o con iniziative da attuare sul territorio, perché avete posto temi di carattere fondamentale.

Il primo di questi, sul quale concordo, è che voi assicurate il pluralismo. Non è certamente dal duopolio o dal tripolio che potrebbe derivare, secondo l'impostazione del disegno di legge Gentiloni, il pluralismo assicurato al cittadino. Per quanto mi riguarda, da uomo delle istituzioni, devo pormi al fianco di chi vuole che venga assicurato il pluralismo dell'informazione. Dico questo in chiave di interpretazione generale.

Vorrei ora porre domande specifiche, alcune delle quali sono piuttosto delle considerazioni, sulle quali mi piacerebbe ricevere la vostra conferma o invece una franca osservazione critica.

Per comodità di esposizione, parto dall'ultimo oratore che ha affrontato i problemi dell'Auditel. Vorrei sapere se la questione — per come è impostata — si ripercuota negativamente in termini di riflessi economici sui bilanci delle vostre aziende. Una mancanza di capacità di rilevamento — come quella che ho ascoltato — determina una mancanza di possibilità di penetrazione: ciò vi rende meno

appetibili per gli investitori, che non hanno dati sulle opportunità dell'investimento.

Il secondo aspetto che vorrei sottolineare riguarda le modalità con cui concretizzare — cosa che vede la mia simpatia — la definizione di bacini commerciali esclusivamente riservati alle TV locali. Da qui deriva un'altra questione, relativa al ruolo delle TV locali. Senza dubbio, alcune funzioni, che andranno poi riprese agli effetti del contratto di servizio, vengono svolte in maniera fondamentale dalle TV locali: ad esempio, quando si sono verificate calamità sul territorio, anche i mezzi di soccorso pubblico hanno fatto riferimento alle TV locali e non certamente ai Tg di reti a carattere nazionale. Le reti locali svolgono dunque una funzione fondamentale.

Vengo ora al problema di Sky, che avete citato. Andare su Sky oggi, per chi non è sul territorio, dà la possibilità di una costante informazione da parte di un prodotto che sembra locale ma che in realtà viene riprodotto sul territorio nazionale. E tuttavia costa. Voi dovreste avere la possibilità a monte di rifarvi di un costo aggiuntivo. Noi dovremmo considerare la questione, per tutelare non voi ma piuttosto colui che non trovandosi, per esempio, in Liguria abbia la necessità di sapere cosa accade in quella regione. La vostra attività diventa così una capacità di arricchimento per tutto il territorio nazionale.

Queste domande sono rivolte particolarmente al presidente di Odeon TV.

Per quanto riguarda il rappresentante di ReteCapri, ho sottolineato in particolare una frase, oltre a tutte le sue intelligenti osservazioni. Mi riferisco al momento in cui ha parlato della « possibilità di ritrovare questi due elementi nel passaggio al digitale, che finirà per premiare Mediaset e Rai, confermando — ed anzi ulteriormente potenziando — il duopolio ». Sono concorde.

Lo stesso discorso vale per il *towering*. Vi è per il sistema pubblico la possibilità di mettere il *towering* a disposizione di tutti per ridurre i vostri investimenti e aumentare la vostra capacità? Faccio ri-

ferimento, per essere concreto, al problema dello scorporo di Rai Way. A mio giudizio, essa oggi si vede mortificata negli investimenti perché a monte c'è una Rai che succhia risorse a causa delle spese generali di una struttura che non potenzia Rai Way. Invece si potrebbe fare risparmiare l'emittente locale mettendo a disposizione gli impianti, pur in presenza di un pagamento, liberandovi da una serie di investimenti e arricchendo il pluralismo.

Fui uno dei pochi a dire che Rai Way non doveva essere venduta ai texani, che doveva restare in mano pubblica ma doveva essere portata via dalla Rai. La metterebbero dove vogliono. Rai Way può svolgere una funzione, tenendo conto che le risorse, le reti, le strutture non vanno privatizzate, perché assicurano allo Stato la possibilità di intervenire in quest'ambito specifico, con un aiuto concreto a difesa del pluralismo.

Dottor Pacini, la ringrazio per la sua precisa e puntuale esposizione e anche per la sua sintesi. Avrò bisogno di leggere più attentamente il suo intervento perché è ricco di spunti. Lei ha fatto due affermazioni sulle quali vorrei richiamare la sua attenzione, per avere risposte e approfondire alcune conoscenze.

Lei afferma che non siete d'accordo sui tempi del passaggio. Anche a me sembrano troppo lunghi. Secondo lei, con l'utilizzo di strutture esistenti, come quelle di Rai Way ad esempio, potremmo accorciare i tempi?

L'altra questione riguarda il fatto che non siete d'accordo sulla ripartizione delle frequenze. Potrebbe tornare sull'argomento per spiegare cosa, nel concreto, si dovrebbe fare in tal senso?

PAOLO ROMANI. Cercherò di operare una sintesi rispetto alle tre relazioni che presentano punti di accordo e di armonia, ma anche di differenziazione.

Mi sembra sia stato sottolineato che uno dei problemi maggiori che si presenteranno nei prossimi anni sarà la situazione di monopolista del satellitare, vale a dire che i 138 canali satellitari, con grande qualità di contenuti, saranno un problema di grande concorrenza rispetto al sistema,

al duopolio - chiamiamolo così - ma soprattutto rispetto al grande mondo della comunicazione televisiva che non si riconosce nel duopolio. Esistono infatti, come abbiamo visto, reti che potremmo definire - tra virgolette - minori, *syndacation*. Esiste inoltre il grande mondo dell'emittenza locale. Ancora non è chiaro - e su questo probabilmente è necessario fare chiarezza - quale sia l'ascolto effettivo dei canali satellitari in relazione ai 4 milioni di padelle ufficialmente installate. Inoltre non è chiaro, all'interno dei canali satellitari, quali siano gli ascolti di ciascun canale. Un conto è dire che i 138 canali satellitari, nel loro complesso, raggiungono un determinato valore di ascolti; altro è inserire la pubblicità in uno di questi canali. Questa, ovviamente, è una differenziazione che va operata.

Al momento, dunque, abbiamo un monopolista che sta crescendo molto velocemente a fronte di un mercato della pubblicità che, come giustamente ricordava prima Catricalà, cresce dell'1 per cento: è un problema che va posto a favore di tutti.

Il secondo aspetto che sottopongo alla vostra attenzione è quello relativo al digitale. Vorrei rivolgere una domanda ai nostri interlocutori. Ritengo che il problema di oggi sia capire come si possa introdurre il più velocemente possibile il digitale nel nostro paese. Non lo si impone per legge, non si può affermare che al 31 dicembre 2006 ci sarà lo *switch off* o rimandarlo al 2012. Non è quella la soluzione.

Un tentativo è stato fatto dando contributi ai *decoder*. In seguito, l'Europa ha stabilito che non era possibile concedere contributi solamente ai *decoder* del digitale terrestre, in quanto andava rispettata comunque anche la piattaforma satellitare. Per la seconda contribuzione - è stato ricordato questa mattina -, nella finanziaria 2005 è stato eliminato il riferimento al digitale terrestre, quindi si è data una contribuzione a favore di tutti.

Ad ogni modo, il problema del digitale esiste e si pone in termini di carattere

tecnico, di contenuti, ma soprattutto di capacità anche degli anelli più deboli di contribuire al passaggio.

Un tentativo fu operato in questa direzione. Ad esempio, furono inventate le famose aree *all digital* - di cui non sento parlare questa mattina - che mi sembrava fossero invece uno strumento principe. In tali aree, infatti, si coinvolgono i consumatori, concedendo loro i contributi finalizzati e facendo una grande campagna di promozione su un territorio limitato, per far capire cosa sia il passaggio al digitale. Oltretutto, in termini di contenuti, si attivava l'interattività con gli enti locali. Dicendo questo mi riferisco alla Val d'Aosta e alla Sardegna, le cui giunte, sicuramente, non avevano lo stesso colore del Governo proponente, ma che contribuirono fortemente alla possibile introduzione del digitale, anche in termini di conversione dei contenuti degli enti locali all'interno del processo di interattività del *decoder*.

Mi sembrava un esperimento largamente positivo, con il quale anticipare gli *switch off* in alcune aree e dimostrare a tutto il paese - invece di dare un contributo a pioggia, indifferenziato, a tutti, senza capire esattamente di cosa si trattasse, ma facendo degli esempi precisi, limitati territorialmente - cosa potesse rappresentare il digitale come innovazione tecnologica rispetto all'analogico.

Ci si dovrebbe riappropriare di questo esperimento, che personalmente ho condiviso perché è molto positivo per il passaggio al digitale. Mi sorprende un po' - ma questa è una domanda che voglio porre ai nostri interlocutori - che questo tema non sia stato ripreso.

In terzo luogo, nella relazione di Rete A-L'Espresso si contesta - da parte di un gruppo editoriale che non mi sembra sia abitualmente in sintonia con il centrodestra - il tetto del 45 per cento, considerando come base di calcolo la sola raccolta pubblicitaria sulla televisione analogica. Lo vorrei sottolineare, lo vorrei dire, lo vorrei lasciare a verbale con maggiore forza. Anche in questo caso si compie una valutazione complessiva e si ripercorrono

le tappe del passato, condivise in parte o del tutto da tutte le forze politiche. Ricordo l'esperimento Maccanico: in quella sede fu definita una base di calcolo che non è quella di oggi. Invece di andare avanti si torna indietro, e anche di molto.

Il fatto che anche il gruppo editoriale L'Espresso sottolinei questo aspetto mi sembra molto importante. Pur essendo minoritario come rete, come ascolti, come raccolta pubblicitaria, afferma che la proposta Gentiloni, che dovrebbe risolvere il problema, anche e soprattutto a favore di chi oggi è presente sul mercato con fette di ascolto e di raccolta pubblicitaria largamente inferiori a quella dei due maggiori contraenti, non è la soluzione. Dice: ci sono altri problemi da affrontare; quello che voi proponete sicuramente non risolve il problema.

Aggiungo un'ultima notazione sul *towering*, o sulle torri. Penso che il collega Pedrini abbia ragione, come anche l'avvocato Federico, almeno in parte. Si tratta di un problema che si è sempre posto, rispetto al quale mi sembra che alcuni tentativi siano stati fatti. Può darsi anche che il legislatore debba farsene carico.

Mi pare che — dico sempre che nella legge Gasparri è stato sottovalutato il processo innovativo — se si riesce a trasferire la considerazione e la valutazione di questo settore dall' *hardware*, dalle torri, al *software*, ossia ai contenuti, e si privilegiano questi ultimi in termini di maggiore pluralismo, non diventerà più fondamentale chi detenga le torri o chi posseda le frequenze ma quanti sono gli interlocutori che producono contenuti.

Il *towering* dovrebbe rappresentare un processo di risoluzione del sistema complessivo per sterilizzare il problema in termini di concentrazione, per mettere le torri a disposizione di tutti, fatto salvo ovviamente il principio secondo cui tutto questo deve andare di pari passo con la conversione veloce, e non al 2012, del passaggio fra analogico e digitale. Se potessimo anticipare questo processo al 2010 ad esempio, ovvero mettendoci a metà strada tra la prima data proposta dall'Europa, il 2008, e l'ultima, ossia il 2012,

probabilmente anche questo problema — se lo potessimo affrontare in termini legislativi — potrebbe portare soluzioni e vantaggi per tutti. Anche su questo aspetto mi piacerebbe conoscere la vostra opinione.

EMERENZIO BARBIERI. Anch'io vorrei svolgere due o tre considerazioni che nella sostanza si tramutano in domande. Mentre il dottor Pacini parlava, leggevo la memoria che Rete A ci ha lasciato. Prendendola in esame unitamente alle considerazioni espresse da ReteCapri, nella persona del dottor Federico, pur scrivendo, l'uno « riteniamo pertanto che il disegno di legge Gentiloni sia da accogliere con favore » e l'altro, ReteCapri, che apprezza l'intendimento che il disegno di legge intende perseguire, nelle pagine successive mi pare che del disegno di legge del Governo si salvi ben poco. Infatti, al di là delle affermazioni di principio, vengono mosse critiche pesantissime a quello che il disegno di legge governativo propone. Non so se le critiche vengano, per usare uno schema che viene utilizzato in politica, da destra o da sinistra, perché sono troppo rigide o troppo blande. La sostanza è che si salva molto poco.

Ciò che non ho capito dell'esposizione di Rete A — se così fosse, sarebbe utile una riflessione anche da parte dei relatori, dopo che hanno svolto le loro relazioni — riguarda il punto in cui il dottor Pacini scrive della sentenza della Corte costituzionale del 1994 e poi afferma che questa sarebbe stata vanificata dalla legge Gasparri. Lo dico perché queste tre righe presentano margini di ambiguità notevoli.

Premesso che non spetta né a me, né al dottor Pacini, stabilire se la legge Gasparri abbia vanificato una sentenza della Corte, troverei l'affermazione, se questa fosse l'interpretazione, un po' originale. Non avendo fatto le scuole medie superiori, mi limito a leggere ciò che c'è scritto.

Sempre su Rete A — mi rivolgo al presidente Folena e al presidente Testoni, perché lo trasmettano al relatore Meta — anch'io sono dell'opinione che sarebbe utile che le Commissioni acquisissero — se

è vero che è un problema - tra domani e dopodomani l'archivio delle frequenze in corso di ultimazione.

Mi consenta il dottor Pacini di dire che non ho proprio capito un argomento da lui esposto. Egli afferma giustamente che il margine operativo lordo di Mediaset ammonta a più di un miliardo, a più del 40 per cento rispetto al fatturato consolidato del gruppo editoriale L'Espresso. E aggiunge un punto interrogativo. Non ho capito se il punto interrogativo manifesti stupore perché Mediaset ha il 40 per cento in più rispetto a L'Espresso o se si tratti di un errore di battitura. Se così fosse, è un volgarissimo errore commesso dalla segretaria.

Al dottor Federico dico che trovo molto apprezzabili una serie di spunti presenti nella relazione da lui consegnata e citati dai colleghi Pedrini e Romani.

Il problema è che il possesso delle torri non viene neanche sfiorato da questo disegno di legge. Quando lei sostiene che intendete dare un contributo, ovviamente attraverso la trasmissione di atti ai parlamentari, perché ci siano emendamenti al disegno di legge anche su questo tema, sono profondamente d'accordo. Tuttavia, bisogna partire da una constatazione precedente, vale a dire che il disegno di legge Gentiloni di questo argomento non parla nel modo più assoluto.

Inoltre viene svolta un'affermazione interessante che andrebbe sottoposta ai rappresentanti del Governo. Mi dispiace che a questa audizione, presidente Meta e presidente Folena, non sia presente il Governo, come quando abbiamo audito Catricalà. Sembra quasi si voglia affermare che Catricalà sia più importante e meriti maggiore attenzione da parte del Governo rispetto alle tre società che stiamo ascoltando... Poiché state chiacchierando, non ascoltate quello che vi viene detto. Dicevo che trovo un po' originale che a questa audizione non sia presente il Governo. Poiché il Governo era presente all'audizione di Catricalà, traggio la conclusione - due più due fa quattro - che è più importante Catricalà delle tre reti che stiamo audendo.

Se ci fosse stato il Governo avrebbe letto l'interessante osservazione scritta dal dottor Federico, il quale afferma che anche il passaggio al digitale finirà per premiare soltanto Mediaset e Rai. Da questo punto di vista dunque - rispetto ad una serie di considerazioni svolte dal ministro Gentiloni soprattutto in interviste - sarebbe interessante conoscere la sua opinione.

Aggiungo una considerazione finale per quanto riguarda l'intervento del dottor Lagostena. Dottor Lagostena, lei parla dell'Auditel - argomento ripreso anche dal collega Pedrini - e fa un'affermazione, in tre righe, molto importante, che vorrei venisse valutata con attenzione dai due relatori. In tale affermazione, si sostiene che la non trasparente consegna dei dati d'ascolto ha fatto sì che negli ultimi mesi la già ridotta quota di inserzionisti di pubblicità tabellare sulle TV locali emigrasse ulteriormente a favore dei canali satellitari di Sky. Odeon TV afferma che già la pubblicità tabellare sulle TV locali è poca; adesso Sky, da monopolista del satellite, si premura di erodere anche quel poco che c'è. Lo dico perché, nei cinque anni precedenti questa legislatura, in quest'aula, in questa Camera dei deputati, vi era una ridondanza relativa ad un presunto tentativo di distruggere le TV locali. È bene dunque che queste tre righe vengano esaminate con grande attenzione.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
DELLA IX COMMISSIONE
MICHELE POMPEO META

DAVIDE CAPARINI. È ovvio che siamo qui per garantire il pluralismo delle fonti di informazione. In questa ottica il contributo che i tre soggetti presenti hanno portato alla discussione è molto importante.

Vorrei sottolineare quattro elementi, e mi rivolgo ai presidenti. Mi dispiace continuare a interrompervi, ma siete voi i *master* della situazione: se stiamo vivendo questa forzatura nel calendario dei lavori, è anche per vostra decisione. Mi rivolgo a

voi in quanto la decisione che avete assunto di non considerare importanti proposte di legge alla nostra attenzione, e quindi di settorializzare l'intervento, sta mostrando le prime falle già nei primi interventi, nelle prime audizioni. Ci viene detto che l'Auditel è uno strumento fondamentale nell'orientamento e nella pianificazione delle risorse pubblicitarie. Tuttavia, in questo disegno di legge non vi è traccia e nemmeno si affronta tale problema. Ci si propone di incentivare il pluralismo ma non si tiene conto di un elemento fondamentale, quale la presenza di un mondo dell'emittenza locale unico nel panorama mondiale.

Abbiamo appena affrontato — e di questo ci siamo più volte lamentati — il tema della redistribuzione delle risorse derivanti dall'esclusiva dei diritti sportivi: qui viene sottolineato come questi diritti abbiano un ruolo fondamentale nella costituzione del fatturato di uno dei soggetti che sta acquistando la fetta di mercato in percentuale — come crescita — più importante, vale a dire del monopolista del settore digitale. Noi abbiamo sottolineato come il fatto di avere l'esclusività dei diritti sia fondamentale, per quanto riguarda le sorti non solo del mercato a pagamento ma anche del sistema nel suo complesso e dei proventi del mercato pubblicitario. Qui abbiamo la dimostrazione che ciò che abbiamo sostenuto non più tardi di una settimana fa ha un fondamento. Non capisco perché non ne abbiamo discusso contemporaneamente, e soprattutto non ne abbiamo parlato in questa sede, come ho avuto già modo di lamentare.

Vengo ora al tema del *towering*. Il collega della maggioranza ha fatto presente come viene affrontato. Potrebbe essere argomento del disegno di legge annunciato sulla riforma della Rai, a conferma del fatto che non si può e non si deve affrontare il tema della riforma del settore radiotelevisivo partendo dall'emittenza nazionale, senza prendere in considerazione anche la riforma della Rai.

Insomma, ci sono quattro elementi fondamentali, non solo nel merito ma anche

per il metodo che stiamo seguendo. Ci viene detto oggi che il disegno di legge Gentiloni è inadatto ad affrontare i problemi del sistema nel suo complesso: è quanto continuiamo a sostenere.

Voglio porre l'attenzione su un fatto, in particolare, che trovo molto significativo. Ci è stato detto da un operatore che ha certificato la sua competenza in materia — ed è stato confermato anche nelle altre relazioni — che nel nostro paese c'è una gestione dello spettro elettromagnetico insufficiente.

Il Ministero — che sia stato gestito dalla destra o dalla sinistra, non voglio entrare nel merito — nel corso degli anni ha dimostrato gravi lacune.

Una considerazione a parte merita l'articolo 3 — questo ci era già balzato all'occhio — che probabilmente è stato scritto da chi la televisione la guarda, non la fa. Dire che occorre compatibilizzare, quando c'è una sovrapposizione del 98 per cento, è come invitare a lasciare tutto com'è. È una grossa lacuna, probabilmente dovuta a scarsa conoscenza del sistema.

Al di là di questo, c'è un dato che io trovo fondamentale: a normativa vigente si potrebbero, meglio organizzando lo spettro elettromagnetico, attivare dodici nuove televisioni nazionali. È un dato che dovrebbe perlomeno attirare l'attenzione dei commissari in quanto ad oggi, comunque, le risorse ci sono e tutte le nostre proposte, sia da destra che da sinistra, muovono nella direzione di ampliare lo spettro dei soggetti, come ci chiede anche la Corte costituzionale. Il fatto che oggi ci venga detto che « un migliore utilizzo dello spettro elettromagnetico consentirebbe comunque di ampliare la platea a dodici nuove emittenti nazionali », ci dovrebbe imporre una certa riflessione, visto che queste dodici nuove emittenti — è sottinteso — opererebbero nell'attuale sistema analogico. Non stiamo parlando del digitale. È un fatto che ci dovrebbe indurre ad alcune riflessioni, indipendentemente dal disegno di legge che stiamo esaminando. Vorrei che venisse approfondito questo aspetto che io trovo determinante, perché

laddove non c'è la frequenza, ovviamente, non c'è il canale e non ci sono poi i conseguenti contenuti.

MARIO BARBI. Cercherò di essere molto breve. Ringrazio gli operatori presenti per le esposizioni che hanno svolto e che ho ascoltato con molta attenzione. Mi riservo di leggere le relazioni anche per maggiore approfondimento.

Desidero rilevare soltanto tre aspetti. Mi pare che un tratto comune sia l'attenzione concentrata sul tema delle frequenze, un elemento che collega, in qualche modo, le tre relazioni e ci richiama all'approfondimento di un aspetto di grande rilievo, che rinvia alla concentrazione delle risorse tecniche. È un tema che va messo a fuoco, che va affrontato, che va collegato ad una idea di reti digitali in grado di assicurare la diffusione a tutti gli operatori interessati, a tutti i fornitori di contenuti interessati, anche per consentire la nascita di operatori diretti in grado di operare. Mi pare un elemento che collega le relazioni e che merita un approfondimento da parte nostra.

Tra l'altro, se questa osservazione ha un senso e se questa preoccupazione è così forte, ci sarebbe quasi da dire che è in discussione l'esistenza di questo tipo di operatori nel nostro sistema. Il « come esistere » è una preoccupazione che viene prima, il « come crescere » è una preoccupazione che viene dopo: intanto occorre garantire le condizioni di base per l'esistenza la diffusione efficace e sufficiente del segnale. Questo aspetto metterei a fuoco. Questo aspetto inviterei le Commissioni ad approfondire. Lo collegherei anche al fatto che minore attenzione viene prestata ad un aspetto del disegno di legge Gentiloni, vale a dire quello della regolazione del mercato pubblicitario, con indicazione di misure *ex ante*, per favorire la redistribuzione delle risorse, anche economiche.

Credo che anche questo sia nell'interesse degli operatori nazionali o di quelli locali che coprono grandi aree territoriali. Mi rendo però conto che in una situazione in cui la questione fondamentale non è

risolta, questo aspetto resta sullo sfondo e viene affrontato con sensibilità e punti di vista diversi, non senza rilevare la necessità che il tema delle risorse economiche venga regolato.

Ci viene riproposta, da parte di Rete A, l'idea dell'insieme delle risorse del settore. Si tratta di una questione sulla quale discuteremo certamente in Commissione. Nonostante sia un approccio diverso da quello che la Gentiloni ci propone, pur collegando questo aspetto all'audizione precedente del presidente dell'Autorità *antitrust* Catricalà, rilevo comunque come elemento da tenere in evidenza il fatto che misure di regolazione del sistema di redistribuzione delle risorse sono ritenute importanti, al di là dell'individuazione dei mercati. Lo dico perché da parte del presidente dell'Autorità *antitrust* è stato messo in qualche modo in questione.

Come ultimo punto, vorrei porre una domanda. Mi chiedo se tra voi operatori e le imprese che rappresentate vi sia qualche rapporto con Sky, se abbiate avuto qualche rapporto con Sky. Non so se il vostro segnale venga ritrasmesso nel *bouquet* di Sky. Non ne sono a conoscenza, però mi chiedo se la questione si sia posta.

A margine, non posso non esprimere un'osservazione, riferendomi all'onorevole Romani, perché condivido con lui la preoccupazione di impedire il monopolio del futuro, vale a dire quello di Sky. Condivido questa preoccupazione e assocerei a questo impegno, riferito al monopolista del futuro, anche un impegno a correggere il monopolista del presente.

MARIO RICCI. Ritengo che il disegno di legge che stiamo esaminando vada nella direzione di un maggior ruolo di queste importanti emittenti. Da parte del disegno di legge vi è la propensione a garantire una maggiore facilità all'accesso alle frequenze, senza le quali il pluralismo non si sviluppa nel nostro paese.

È un punto che ritengo importante, anche se non è l'unico in questo provvedimento. Insieme alla regolazione del mercato pubblicitario, è il punto cardine per uscire da uno stato di duopolio che limita

il pluralismo della comunicazione televisiva nel nostro paese.

L'accesso alle frequenze è un problema importantissimo. Siamo del parere che bisognerebbe affrontare insieme l'altro aspetto, afferente sempre alle frequenze, che è la separazione delle reti dal fornitore dei contenuti. È un passaggio importante per lo sviluppo e la qualificazione del pluralismo nelle comunicazioni televisive.

Riteniamo anche — lo abbiamo detto e lo porteremo avanti nella discussione e nell'approfondimento di questo disegno di legge — che la riallocazione delle frequenze non possa avvenire a detrimento del pubblico, perché il pubblico ha un ruolo fondamentale anche per informare la comunicazione a quel pluralismo che tutti rivendichiamo. La collocazione sullo stesso piano di Mediaset e Rai non ci soddisfa per niente, perché andrebbe a detrimento della comunicazione e della formazione qualificata del messaggio televisivo nel nostro paese. Lo vogliamo precisare: credo che il disegno di legge vada nella direzione di dare spazio ai soggetti deboli, alle emittenti locali, anzi, vorremmo trovare il modo per dare uno spazio anche alle TV di strada.

Si tratta di una sottolineatura che ho voluto fare non per contestare, ma addirittura per rafforzare una delle affermazioni del rappresentante di Rete A, che riprendeva le indicazioni della sentenza della Corte costituzionale del 2004 con la quale si metteva in evidenza l'accentramento dell'attività radiotelevisiva in situazioni di monopolio e oligopolio privati; il disegno di legge cerca di andare a coprire il vuoto che si è determinato e che era stato, in qualche modo, salvaguardato dalla legge Gasparri, perché la legge Gasparri ha impedito che entro il 2008 uno dei canali televisivi di Mediaset fosse collocato sul satellitare. È un problema che abbiamo davanti a noi, e lo voglio ricordare anche ai colleghi: o questo disegno di legge viene approvato, e va in quella direzione, oppure va applicata *ex novo*

tutta la sentenza della Corte costituzionale. Non ci sono scappatoie, il problema è questo.

Per quanto riguarda la questione del mercato pubblicitario, riteniamo che il tetto sia già insufficiente per certi aspetti, perché una redistribuzione equa delle risorse, soprattutto fra i soggetti privati, è fondamentale per garantire il pluralismo nella comunicazione radiotelevisiva. È ovvio che la TV pubblica ha altri strumenti. E noi sosteniamo che, per farle svolgere un ruolo di un certo tipo, oltre al canone, la Rai dovrebbe avere un finanziamento con canali privilegiati pubblici. È altrettanto ovvio che, in materia di raccolta della pubblicità, per aumentare le quote del mercato pubblicitario, è necessario ridefinire tutti i meccanismi e fissare un tetto che significa non la contrazione della concorrenza e del mercato, ma semmai lo sviluppo della concorrenza, l'ampliamento dei soggetti (per l'equazione soggetti uguale concorrenza) e addirittura l'elevamento delle quote di mercato pubblicitario che sono necessarie anche ai fini individuati dal disegno di legge.

PRESIDENTE. Non essendovi altre richieste di intervento, chiedo ai nostri ospiti se intendano replicare.

ROSARIO PACINI, Assistente del presidente di Rete A. Cercherò di accorpate le materie che sono state affrontate da più deputati. Per esempio, la ripartizione delle frequenze, questione sollevata, come richiesta, dall'onorevole Pedrini, ritorna anche nell'intervento dell'onorevole Caparini, in quello dell'onorevole Barbi ed infine in quello dell'onorevole Ricci.

Il patrimonio fondamentale per esistere sono le frequenze. Credo si sia instaurato uno strano equivoco, di cui si è molto dibattuto anche sulla stampa, sulle frequenze. Le frequenze sono di proprietà dello Stato, sono demanio; ma nel 2001 e, successivamente, con gli interventi della legge Gasparri e del testo unico, ne è stato consentito l'acquisto, cosa che era proibita prima. Paradossalmente, ci troviamo in uno stato di questo tipo: la stragrande

maggioranza delle frequenze, oltre 9 mila sulle 10 mila di cui parlava poca fa Lagostena, per darvi numeri molto approssimativi, sono frutto di occupazione di fatto o di assegnazione da parte dello Stato, ma solo nei confronti della Rai. Dal 1952 in poi l'unico assegnatario di frequenze — analogiche e, più recentemente, anche digitali — è stato la Rai.

Tutte le altre frequenze occupate dai privati, compresa Rete A naturalmente, sono frutto di occupazione di fatto, legittima peraltro, tant'è che per la libertà di espressione abbiamo avuto sentenze costituzionali che hanno ribadito che il privato potesse partecipare al pluralismo delle idee. Però si tratta di occupazione di un bene demaniale. Alla Rai l'assegnazione — sempre e tuttora — avviene per l'uso, non per la proprietà delle frequenze. Poi c'è un blocco — una quantità di frequenze acquisite da varie aziende, compresa Rete A, in base alla legge n. 66 e alla legge Gasparri — di proprietà, ma si tratta di una piccola quota.

Quando si dice « come si fa la ripartizione delle frequenze », la risposta è: si fa come dicono le norme europee nazionali.

Buon ultimo viene citato, nel nostro piccolo testo, il testo unico che prevede che le frequenze siano assegnate con metodi trasparenti, pubblici, equi. Assegnate!

Quel che chiediamo — e per questo apprezzo che l'onorevole Barbieri l'abbia sottolineato — è che le Commissioni acquisiscano il *database*, perché esso dà la possibilità a noi tutti di sapere esattamente chi utilizza cosa e quale sia il ruolo del pianificatore che, diciamo con molta franchezza, è piuttosto assente: l'Autorità garante avrebbe dovuto aggiornare (forse lo sta facendo) il piano di assegnazione digitale — una volta accantonato quello analogico, in base alla compatibilizzazione avvenuta a Ginevra — e sulla base del piano procedere ad un'assegnazione.

Il punto di partenza uguale per tutti i concorrenti si realizza solo se si fa un piano e si procede all'assegnazione delle frequenze. È quello che chiediamo e che peraltro abbiamo ottenuto con una sentenza del TAR nel mese di dicembre,

perché il tribunale che ha esaminato la documentazione, la normativa europea e la normativa nazionale, ha verificato che le norme ci sono, basta applicarle.

Per quanto riguarda il riferimento fatto dall'onorevole Barbieri alla legge Gasparri — al rapporto fra legge Gasparri e sentenza costituzionale — non si trattava del 1994; si trattava del 2002. Nel 2002 la Corte costituzionale ha ribadito che nessun soggetto potesse disporre di più di due reti nazionali; il decreto-legge del dicembre 2003 e poi la legge Gasparri l'hanno vanificato con il sistema digitale che era alle porte.

Approfitto per dire all'onorevole Romani, che conosco da molti anni e so esperto di attività televisive e di sistema, che non vogliamo che il digitale proceda velocemente; vogliamo che prima si faccia la riforma e si stabilisca quanto digitale tocca ad ognuno.

Cito un'altra delle mancanze. Forse ha ragione l'onorevole Barbieri. Noi diciamo che l'idea del Governo di riformare la legge Gasparri è bellissima ma poi, in verità, troviamo poco coraggio: molta buona volontà ma poco coraggio. Siamo d'accordo che va fatto, ma cerchiamo di dare un contributo.

Poiché l'onorevole Romani ha citato il caso della Sardegna, vorrei un'informazione che forse egli ha: benché si sia ridotta soltanto a Cagliari e provincia la sperimentazione *all digital* riferita a una rete Rai, una Mediaset e una Telecom, si è posto subito il problema, per cui dico che non abbiamo urgenza di fare il digitale. La Rai ha chiesto al Ministero: noi abbiamo due frequenze su Cagliari, dobbiamo attivarle in digitale entrambe o una sola? Credo sia stato risposto: fate come pensate meglio. Quindi, la Rai le attiva tutte e due in digitale, e così Mediaset.

Perché dico questo? Perché, se ciò costituisce un precedente, tutte le aree progressive cosiddette *all digital* diventano uno a uno: ogni frequenza analogica diventa una frequenza digitale e, quindi, il sistema duopolistico e le posizioni dominanti si trasferiscono pari pari, dall'analogico al digitale. È da qui che nasce

l'esigenza di una pianificazione, che la legge affida all'Autorità e che l'Autorità deve fare. In verità, siccome le leggi prevedono raramente sanzioni nei casi di non ottemperanza, non solo per le autorità ma anche per altri, credo che soltanto una spinta di tipo politico, che può venire da queste Commissioni, possa indurre l'Autorità ad accelerare la pianificazione delle frequenze.

Vorrei sottolineare un aspetto: non vorrei che fossimo come dire, strumentalizzati — si usa questo termine in politica — dall'onorevole Romani o da altri, sulla storia del 45 per cento o del 30 per cento. Ci ha già provato, è bravissimo, lo so. È avvenuto anche nei giorni scorsi, da quando, secondo me imprudentemente, il presidente Catricalà è andato a parlare in televisione di questo problema. Lo diciamo nel nostro testo; ma forse l'onorevole Romani non ha ancora avuto la possibilità di leggerlo: non siamo soltanto o tanto contrari al 45 per cento come vincolo alla raccolta pubblicitaria; diciamo che non basta; non basta porre un limite alla raccolta pubblicitaria quando bisogna porre un limite a tutte le risorse di tipo economico che rischiano di creare nuove posizioni dominanti o di mantenere quelle attuali.

FRANCESCO DINI, *Membro del consiglio di amministrazione di Rete A.* Una precisazione. Immagino che anche il presidente Catricalà abbia citato il disegno di legge Maccanico, che prevedeva un meccanismo di sviluppo interno del fatturato che lasciava libere le aziende in posizione dominante di sviluppare il fatturato oltre il 30 per cento. La proposta del gruppo l'Espresso è di fissare un limite del 30 per cento alla raccolta di risorse nel settore televisivo, senza possibilità di sviluppo interno.

ROSARIO PACINI, *Assistente del presidente di Rete A.* Per quanto riguarda l'onorevole Ricci, la separazione fra fornitori di contenuti e operatori di rete è già in essere, è già prevista dal regolamento dell'Autorità, noi infatti abbiamo due so-

cietà distinte. Probabilmente l'intenzione del disegno di legge — ma non è chiaro sotto questo profilo — è la separazione proprietaria. Per come è scritta — « separazione societaria » — è già in essere. Vi ringrazio.

RAIMONDO LAGOSTENA, *Presidente di Odeon TV.* Fornisco due rapide risposte alle domande che ho annotato, una sul tema Auditel ed una sul tema dei rapporti con l'operatore satellitare.

L'onorevole Pedrini chiedeva qualche chiarimento in più sul tema che ho introdotto, vale a dire quello di mettere sotto controllo la distribuzione dei meter. Forse, se questo avviene, non serve più parlare di tetti, poiché la pubblicità si ridistribuisce automaticamente. Noi abbiamo circa — arrotondiamo le cifre — 4 miliardi e mezzo all'anno di pubblicità televisiva nazionale. Sono vent'anni che esiste il duopolio ed esiste l'Auditel, dunque sono 90 miliardi di euro a valori attualizzati. Cifre enormi che vengono distribuite — sarà ascoltato il presidente dell'UPA, che da vent'anni è presidente dell'Auditel e rappresenta le grandi aziende — esclusivamente sulla base dei numeri così come sono consegnati. Il problema è che l'Auditel — e lo scopriamo recentemente, da appena un anno, da quando è stato introdotto l'aspetto della misurazione dei dati satellitari — non consegna i dati in misura trasparente, consegna i dati come fa comodo ai signori che hanno messo il piede in Auditel: da una parte gli utenti pubblicitari, dall'altra parte le due reti principali.

Il problema è molto serio. L'Auditel distribuisce i meter non in proporzione alla popolazione ma in proporzione al territorio. Nell'ultimo 20 per cento del territorio italiano, che è coperto solo da impianti Rai e Mediaset e che solo recentemente riceve segnali satellitari — vent'anni fa non esisteva il satellite —, risiede solo il 4 per cento della popolazione; però, per quel 4 per cento della popolazione che può vedere solo Rai e Mediaset, e adesso Sky, esistono i meter previsti per il 20 per cento del territorio, quindi tanti meter quanti sono quelli che

misurano il 60 per cento della popolazione che risiede nel primo 20 per cento del territorio. Con questo si crea un'incredibile sproporzione di dati rispetto al resto del sistema. Rai e Mediaset tra loro sono misurati correttamente, gli altri correttamente, ma alla fine si ha 90 e 90, 45 e 45: questo è il dato standard che per 18 anni ha misurato l'Auditel. Con l'avvento del satellite, 45 e 45, 46 e 44, ma alla fine il 90 complessivo, che era sufficiente a dragare tutte le risorse pubblicitarie, è sceso all'82 (41 e 41) tra Rai e Mediaset, il resto entra nel meccanismo dei satelliti e il sistema al massimo passa da un duopolio a un triopolio.

Non serve parlare di tetti più di tanto, serve parlare di sistemi che misurano correttamente.

Passo al discorso secondo cui finora, in questi primi 12-14 mesi di misurazione satellitare, il dato complessivo non viene consegnato in maniera trasparente: quanto al 5 o 6 per cento di *share* che recentemente viene attribuito ai canali satellitari, intanto non è limitato a Sky. È vero che Sky ha 138 canali satellitari ma, nel complessivo dato satellitare, si misurano anche le altre centinaia di canali satellitari fatti dalle TV locali, fatti da TV tematiche, che sono nate e comunque riescono ad avere un minimo di sopravvivenza solo sul satellite. E, dunque, stiamo parlando di 400-500 dati.

Quanto al fatto che esca un dato diverso, non credo alla confusione perché abbiamo manager che amministrano aziende del valore di miliardi di euro, quindi non credo che siano superficiali o impreparati. Ciò fa comodo ai manager che gestiscono i budget pubblicitari e dicono: « Ok, cominciamo a dare un pochettino anche a Sky, così abbiamo risolto il problema: uno, due e tre, e chi se ne frega del pluralismo » anche se in realtà ha numeri di ascolto ben diversi.

Gli esempi sono enormi. Non mi voglio dilungare in questo senso, ma alcune aziende di televendita costituiscono uno zoccolo delle TV locali — e lo si vede quotidianamente con lo *zapping* — permettendo a centinaia di aziende di essere

presenti e anche di raggiungere, se vogliamo, la loro finalità nei confronti del pubblico in materia di vendita a distanza. Dunque, quando alcune di queste aziende, le più rinomate, abituate a fare numeri costanti e precisi di vendita rispetto agli ascolti ottenuti sulle TV locali, sono andate su Mediaset attratte dalle offerte strepitose a « pacchetto », sette su otto sono fallite nel giro di tre mesi, anche se Mediaset vendeva gli spazi di televendita a un rapporto prezzo-ascolti — secondo quello che diceva Mediaset — enormemente favorevole rispetto agli ascolti misurati dalle locali.

Questa è una delle tante cartine di tornasole, perché la televendita di massa è la vera misurazione di quanta gente sta davanti alla televisione. E non funziona; ce ne sono tante altre.

Una risposta *flash*. Quindi, il dato Auditel è l'elemento importante. Se vogliamo realmente pensare a una redistribuzione delle risorse pubblicitarie, i tetti già ci sono, non funzionano le sanzioni, arrivano in ritardo e se arrivano non sono rispettate, a volte anche cancellate dai TAR.

Dunque, un vero e proprio tetto, una vera e propria redistribuzione delle risorse pubblicitarie, si ha soltanto con uno strumento di misurazione corretto, perché la realtà dei fatti è che anche Rete A, anche ReteCapri e le altre televisioni minori, hanno ascolti ben più significativi di quelli che vengono misurati e certamente hanno — e debbono pretenderlo — un ruolo nei confronti degli inserzionisti pubblicitari ben maggiore.

È stato chiesto se i canali satellitari o le TV locali siano ritrasmessi da Sky. Sì, è uno degli obblighi imposti dall'Autorità *antitrust* europea, da Mario Monti, nel 2003, per impedire il monopolio. Di fatto i due obblighi sostanziali imposti a Sky sono stati: tutti i canali in lingua italiana, esistenti e futuri, debbono essere imbarcati a bordo del *decoder*, quindi della piattaforma proprietaria di Sky che ritrasmette sul cosiddetto *gold box*.

Hanno cominciato a trovare occupazione sotto il numero 800, l'hanno già riempito; adesso hanno aperto il 900,

quindi c'è una dinamica, una proliferazione di canali satellitari italiani completamente indipendenti da Sky che possono essere visti. Ma ormai il mercato è fatto di pochi pezzi, è fatto da chi ha i *decoder* estranei alla TV a pagamento. Lo spazio è pieno di canali satellitari *free*. È un modello di televisione che si è sviluppato a livello europeo, con il congegno satellitare europeo, Hotbird, che permette visibilità su tutto il continente. Però il problema è che la gente non vuole tenere a casa decine di apparecchi: se fa l'abbonamento a Sky, Sky gli impone il suo *decoder* e, giustamente, l'*antitrust* europea, Monti, ha imposto a Sky di « imbarcare » tutti.

Alla domanda dell'onorevole Pedrini, se il canale satellitare costituisca uno sbocco, un'opportunità in più in questo meccanismo di crisi di frequenze per le TV minori, per le TV locali, rispondo che certamente è stato un elemento positivo. La riduzione dei costi d'accesso al *leasing* — non si parla certamente di proprietà —, al noleggio del segmento satellitare, che oggi costa circa 400 mila euro all'anno, ha fatto sì che un numero abbastanza elevato di televisioni minori e di televisioni locali si potesse permettere questa ulteriore opportunità. Ha un doppio beneficio. Il primo è il completamento, dallo spazio e non con l'etere terrestre, della parte finale del proprio territorio, perché molte regioni sono veramente difficili da completare, perché sono montuose, come la Valle d'Aosta, la Liguria, la Basilicata, il Molise. Allora, con il satellite, si fa avere anche al paesino di 25 anime la televisione del territorio. Quanto al secondo beneficio, siccome gli italiani nel mondo — e soprattutto gli emigrati regionali nel mondo — o quantomeno in Europa sono delle entità interessanti, questo è certamente un modo per tenere collegate le comunità alle proprie radici nel territorio.

C'è un sovvenzionamento riservato solo alle TV locali, ma la Presidenza del Consiglio, dipartimento dell'editoria, che gestisce questa pratica, su questo tema ha assunto una posizione un po' curiosa ed anomala: anziché rispettare la norma — secondo cui c'è una provvidenza riservata

alle TV locali dal 1996 — e dunque rimborsare il 50 per cento del canone e dei costi satellitari di diffusione alle TV locali che svolgono proprio questa funzione di penetrazione finale, limitano il rimborso ai satelliti per segmenti di contribuzione, che è un concetto sbagliato.

L'onorevole Pedrini ha chiesto se ci sono sovvenzioni o contributi alle TV locali per l'accesso al satellite. Il decreto ministeriale del 1996 che attuava la legge n. 422, tra le provvidenze all'editoria a beneficio delle TV locali, oltre al rimborso dei consumi elettrici, dei consumi telefonici, delle agenzie di stampa — prima all'80 per cento, oggi ridotto —, ha introdotto il rimborso del 50 per cento dei canoni di collegamento satellitare oppure a rete fissa. Il concetto del collegamento satellitare è utile proprio per permettere alla TV locale di completare quella porzione di territorio che via etere non potrebbe coprire. Soltanto che la Presidenza del Consiglio da tre, quattro anni a questa parte, ha preso l'indirizzo di ammettere al contributo non il canone di questo tipo di satelliti di diffusione — la categoria Hotbird — ma solo il costo dei satelliti pagati dalle TV locali per segmenti di contribuzione. È un po' un'anomalia. Quindi si è aperto un contenzioso notevole. È una minima cosa ma sarebbe opportuno, forse, che restasse ancora questo beneficio.

COSTANTINO FEDERICO, *Editore di ReteCapri*. Vista l'ora tarda, è solo per motivi di cortesia che rispondo ad alcune considerazioni.

Devo subito dire che il mio intervento è stato ridotto e contenuto ad alcuni aspetti del sistema. Avremmo potuto fare la « Treccani » della comunicazione e della televisione. Effettivamente può essere considerata una mancanza il non aver toccato completamente tutti gli aspetti. Mi sono limitato infatti soltanto ad alcuni che ritenevo più rilevanti, ma devo riconoscere di avere, forse, individuato alcuni elementi di comune, maggiore e primario interesse. Il tema del *towering* è stato toccato in tutti gli interventi che si sono susseguiti, nei

quesiti che sono stati posti e nelle proposte di soluzione che sono state ugualmente avanzate.

Il discorso su Rai Way, ovviamente, non può non trovarci assolutamente d'accordo. Può essere uno strumento per salvaguardare *in primis*, come peraltro qualcuno aveva anche richiesto, la posizione del servizio pubblico, perché ha bisogno delle sue strutture, ovviamente nella maniera ottimale, ma può anche ospitare, facendo fronte alle esigenze degli altri operatori. È una soluzione ovvia, naturale, semplice, che credo possa essere portata avanti, visto che gli interventi che si sono succeduti hanno tutti sfiorato questo argomento e mi pare abbiano anche convenuto che questa può essere una delle soluzioni.

Vorrei rispondere in particolare a due domande che sono state poste. Una, mi pare da parte dell'onorevole Barbi, riguarda il problema delle trasmissioni dei canali Sky, l'altra invece la separazione fra operatori di reti e fornitori di contenuti. Esprimo innanzitutto una considerazione su quest'ultima perché è collegata all'altra.

Non credo che la semplice separazione tra operatore di rete e fornitore di contenuti sia automaticamente uno strumento od un mezzo per garantire il pluralismo, per garantire la maggiore partecipazione, per garantire maggiore concorrenza nel settore. Infatti, nel settore dei contenuti — se andiamo ad analizzare la situazione — si è già riverificato il fenomeno della concentrazione, del monopolio o al massimo del duopolio. Leggevo proprio ieri un'intervista interessante ad un operatore, ad un realizzatore di formati e di contenuti, Gori della società Magnolia — si tratta di una società che produce *format* e che quindi dovrebbe alimentare il meccanismo ed il mercato per portare a maggiore pluralismo, maggiore presenza, maggiore partecipazione — sul fatto che, in realtà, queste società hanno un solo committente — che una volta è la Rai, e una volta è Mediaset —, il quale in realtà finisce per controllare completamente il prodotto che ritorna sempre al fornitore.

Mi fa ricordare quello che avevo sostenuto in altre occasioni, ovvero che non è soltanto un problema di monopolio ma è anche un problema di monopsonio, cioè esiste anche per i prodotti un solo acquirente. Questo è, forse, l'aspetto più grave che possa esserci nel discorso dei contenuti.

Non dimentichiamo che ci sono altri aspetti, per esempio quello delle *libraries*. Non tanto la Rai quanto Mediaset, notoriamente, ha una *library*, cioè una raccolta di diritti cinematografici, di pellicole cinematografiche, imponente, di migliaia di titoli che, ovviamente, sono sottratti al libero mercato, per esempio alla programmazione cinematografica: è un settore limitato. C'è il problema del cosiddetto « diritto di prima scelta », il *First choice right*: quando si acquista dagli americani o da altri fornitori importanti e primari ci si scontra, per esempio, con questo diritto di prima scelta che, guarda caso, è sempre nelle mani di Mediaset o della Rai. Anche in questo settore, si sono create le premesse per cui è difficile e complicato procedere all'auspicata, richiesta, osannata rincorsa al pluralismo, alla competizione, alla presenza di più soggetti.

Per quanto riguarda invece Sky — ovviamente parlo del caso di ReteCapri —, ReteCapri è presente sulla piattaforma satellitare, con la propria programmazione e il proprio canale; occupa il posto 899 dei canali di Sky. Quindi, rispetto ai 138 canali disponibili, abbiamo questa posizione evidentemente di svantaggio. Su questo ci sarebbe ancora molto da dire, perché il problema del collocamento sulle sintonizzazioni è un problema che vi ritroverete, che ci ritroveremo, anche sul digitale terrestre. Anzi, lì lo ritroveremo in termini molto più gravi per quanto riguarda la sintonia. Chi sarà al primo posto? Chi al secondo? Chi al terzo, sul digitale terrestre? È un altro problema che vi rimetto sul tavolo e sul quale non mi posso dilungare per non essere scortese nei confronti del presidente e nei confronti di queste autorevoli Commissioni.

Credo di aver risposto anche all'onorevole Ricci per quanto riguarda il pro-

blema della ritrasmissione di Sky, che presenta aspetti utili e validi, ma anche fortissimi ed ulteriori elementi di pericolo rispetto a quella che sarà, appunto, l'ulteriore concentrazione monopolistica, anche nel settore della televisione satellitare.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti per i loro interventi e dichiaro conclusa l'audizione.

Avverto che l'audizione dei rappresentanti di Publitalia '80, Sipra e UPA, prevista per l'odierna seduta, è stata differita ad

altra data, atteso che la ripresa dei lavori dell'Assemblea è prevista per le ore 15.

La seduta termina alle 14,30.

*IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE*

DOTT. COSTANTINO RIZZUTO

*Licenziato per la stampa
il 10 marzo 2007.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

