

LINEE-GUIDA SUL CONTENUTO DEGLI ULTERIORI OBBLIGHI DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOFONICO, TELEVISIVO E MULTIMEDIALE, AI SENSI DELL'ARTICOLO 59, COMMA 6, DEL TESTO UNICO DEI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI (QUINQUENNIO 2023-2028)

Premessa

L'articolo 59, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi (TUSMA) prevede che le linee-guida sul contenuto degli obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, siano fissate, prima di ciascun rinnovo quinquennale del contratto nazionale di servizio, con deliberazione adottata d'intesa dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dal Ministro dello sviluppo economico, in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

In tale prospettiva, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, in data 24 marzo 2022, ha approvato un primo documento recante "*Linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo, multimediale, ai sensi dell'articolo 59, comma 6, del Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (quinquennio 2023-2028)*".

Con delibera in data 18 maggio 2022, il Consiglio dei Ministri ha adottato l'"*Atto di indirizzo per la definizione delle linee guida sul contenuto del contratto di servizio 2023-2028*", contestualmente trasmettendolo al Ministro dello sviluppo economico per gli adempimenti di competenza.

Nell'atto di indirizzo, in particolare, sono state individuate tre direttrici volte a garantire un adeguato livello di qualità del servizio pubblico generale radiotelevisivo, radiofonico e multimediale e assicurare che lo stesso soddisfi le effettive esigenze della popolazione. In particolare, è stato previsto di:

- 1) indicare con chiarezza gli impegni e gli obblighi del contratto di servizio, ferma restando l'esigenza di garantire la sostenibilità economica, l'efficienza aziendale e la razionalizzazione della spesa;
- 2) ridefinire la missione del servizio pubblico, in una prospettiva pluriennale, alla luce delle esigenze del cittadino utente secondo i principi della rilevanza, inclusività, sostenibilità, responsabilità e credibilità, con particolare riguardo alle sfide della transizione digitale ed ecologica del Paese;
- 3) assicurare una maggiore coerenza degli obblighi assunti nel contratto di servizio, in particolare attraverso l'introduzione di obiettivi misurabili nonché potenziando le modalità, gli strumenti e gli organi di verifica dell'attuazione dei suddetti obiettivi.

Al fine di garantire la piena attuazione degli obblighi di servizio pubblico, l'Atto di indirizzo ha esplicitato, inoltre, i seguenti obiettivi strategici, il cui raggiungimento dovrà essere assicurato con il contratto di servizio:

- 1) accelerare la trasformazione della RAI in *digital media company* anche attraverso lo sviluppo delle piattaforme digitali;
- 2) accrescere la qualità dell'informazione secondo criteri di completezza, equilibrio, responsabilità, imparzialità, indipendenza e pluralismo;
- 3) attrarre e fidelizzare il pubblico giovane;
- 4) trasmettere e promuovere l'Italia nel mondo e diffondere i valori culturali e civili dell'Italia e dell'Unione europea;
- 5) diffondere e incoraggiare lo sport e gli stili di vita sani, valorizzandone gli aspetti di inclusività sociale nonché promuovere la diffusione di un modello nutrizionale sano quale la dieta mediterranea;
- 6) accrescere le competenze del pubblico in relazione alle nuove sfide della transizione ambientale e digitale;
- 7) assicurare un rafforzamento degli obblighi di accessibilità e inclusività;
- 8) contribuire alla promozione della parità di genere e delle pari opportunità;
- 9) sostenere lo sviluppo dell'industria audiovisiva nazionale;
- 10) rafforzare il ruolo e l'evoluzione tecnologica del servizio pubblico radiofonico;
- 11) ottimizzare la capacità trasmissiva e il livello di copertura delle reti RAI.

In coerenza con gli indirizzi e gli obiettivi indicati dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, si definiscono, pertanto, di seguito le linee-guida sul contenuto degli obblighi del servizio pubblico.

Una *digital media company* di servizio pubblico

La RAI deve completare la trasformazione da broadcaster a *digital media company*.

A tal fine sono necessarie una serie di azioni che - nel rispetto dei vincoli di bilancio - facciano dell'Azienda concessionaria del servizio pubblico uno dei motori della digitalizzazione dell'Italia, sia sul versante tecnologico, sia nella diffusione di una corretta informazione e nel consolidamento di una nuova cultura, operando in coordinamento con tutti i soggetti del settore radiotelevisivo.

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

Nello specifico, per migliorare e aggiornare la presenza della RAI nell'ambito digitale, si definiscono le seguenti linee di attività:

- a) il miglioramento della struttura della piattaforma del servizio pubblico tale da garantire l'effettiva valorizzazione del patrimonio di contenuti e una migliore fruibilità da parte dell'utenza;
- b) l'innovazione del *news-site*, con particolare riferimento alla necessità di ottimizzare a tal fine il patrimonio umano e editoriale esistente (dipendenti e giornalisti), nonché di migliorare la componente tecnologica con l'obiettivo di renderla un riferimento per gli italiani nelle loro abitudini di consumo;
- c) lo sviluppo di politiche aziendali dirette ad assicurare la visibilità e l'accesso dei contenuti RAI nelle tv connesse, con particolare riguardo al *listing* dei contenuti, ai meccanismi di personalizzazione e filtraggio in coerenza con le linee guida sulla *prominence* previste dall'articolo 29, comma 2, del TUSMA;
- d) la promozione dell'alfabetizzazione digitale, ai fini della riduzione del divario sociale e culturale nell'accesso alle nuove tecnologie;
- e) lo sviluppo dell'offerta in *streaming* e in modalità non lineare sulla piattaforma IP;
- f) la realizzazione, compatibilmente con le risorse disponibili, di investimenti nella ricerca, ai fini del rafforzamento del sistema radiotelevisivo italiano in una prospettiva multiplatforma, con particolare riferimento ai prodotti e agli strumenti legati alle tecnologie emergenti;
- g) il potenziamento della catena di valore dei dati, con particolare riguardo alla raccolta, all'analisi e all'utilizzo ai fini esclusivi del servizio pubblico, anche attraverso algoritmi che favoriscano le più ampie facoltà di scelta dell'utente;
- h) la promozione, anche nell'ambito delle intese vigenti ovvero mediante la stipula di specifici accordi attuativi con il Ministero dell'istruzione, di sinergie con il mondo scolastico ai fini dello sviluppo dell'offerta digitale di contenuti funzionali alla didattica, anche attraverso la specifica valorizzazione e il costante aggiornamento degli archivi RAI.

La premessa di questo percorso deve essere il rigoroso rispetto delle norme europee e nazionali nonché della giurisprudenza costituzionale che, nel dare concretezza al concetto di servizio pubblico, ne disciplinano l'attuazione a garanzia del rispetto e della tutela dei valori costituzionali di indipendenza e pluralismo e dell'identità nazionale ed europea.

L'investimento tecnologico

Anche in connessione con gli obiettivi del PNRR la Rai dovrà assolvere a un ruolo di riferimento per gli operatori del settore nella prospettiva della digitalizzazione del Paese, assurgendo al ruolo di driver dei processi di innovazione in una prospettiva multiplatforma.

In concreto, nell'ambito del passaggio ai nuovi *standard* televisivi DVB-T2, la concessionaria pubblica dovrà garantire la copertura di tutto il territorio nazionale

migliorando le condizioni di ricezione delle trasmissioni digitali terrestri anche attraverso l'ammodernamento della rete di diffusione.

Parimenti, a seguito dell'adozione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze in banda III VHF per il servizio di radiodiffusione sonora in tecnica digitale DAB+, la RAI, compatibilmente con le risorse economiche a disposizione, dovrà sviluppare la rete di trasmissione per la diffusione dei canali radiofonici e di pubblica utilità su tutto il territorio nazionale.

Inoltre, le infrastrutture necessarie a garantire sull'intero territorio nazionale la fruizione omogenea, e con adeguati livelli di qualità, delle piattaforme *RaiPlay* e *RaiPlay Sound* dovranno essere realizzate entro il quinquennio di vigenza del contratto di servizio.

Nel descritto quadro di trasformazione tecnologica in corso, il contratto di servizio assicurerà che la RAI:

- a) garantisca la qualità delle proprie reti e delle proprie trasmissioni al più ampio bacino di popolazione, anche eventualmente attraverso la diffusione satellitare nelle zone geomorfologicamente svantaggiate;
- b) assicuri alla popolazione, anche attraverso idonei accordi, un'adeguata distribuzione dei contenuti del servizio pubblico indipendentemente dalla modalità trasmissiva.

Il prodotto editoriale e la qualità dell'informazione

Innovazione e informazione

Nel periodo di vigenza del contratto di servizio, la Rai dovrà consolidare il radicamento culturale e territoriale e rafforzare l'impegno per sviluppare un'offerta editoriale di alta qualità. L'offerta editoriale dovrà evidenziare la cifra distintiva del servizio pubblico e confermarne la *leadership* negli ascolti; in particolare:

- a) potenziando il pluralismo informativo e razionalizzando gli aspetti produttivi del sistema informativo senza dar luogo alla segmentazione editoriale;
- b) rafforzando l'offerta di contenuti di approfondimento giornalistico e valorizzandone la specificità e la riconoscibilità nell'ambito dell'offerta editoriale complessiva;
- c) promuovendo la cultura della legalità, del rispetto delle diversità, del rispetto della persona, della convivenza civile, dei valori dell'accoglienza e dell'inclusione e del contrasto ad ogni forma di violenza;

Compito dell'informazione del servizio pubblico dovrà essere, oltre che garantire - in tutti i contenuti - la completezza, l'obiettività e il pluralismo, quello di contrastare il fenomeno della disinformazione e di sviluppare specifici contenuti di natura educativa o didattica idonei a sensibilizzare il pubblico nei confronti dei rischi derivanti dalla diffusione di notizie false.

Giovani

Alla luce di un quadro generale, che mostra il rischio della progressiva perdita da parte della RAI di un pubblico assai rilevante, grande impegno dovrà essere dedicato alla ricerca di linguaggi nuovi, anche al fine di attrarre il pubblico più giovane, in particolare attraverso le seguenti azioni:

- a) il presidio efficace dei gusti, delle abitudini e degli interessi del pubblico giovane, adottando, a tal fine, un piano operativo *ad hoc*;
- b) l'acquisizione e la produzione di contenuti unici che siano adeguati al coinvolgimento di tale pubblico e destinati ad una fruizione anche in chiave multimediale;
- c) il miglioramento delle modalità di interazione e condivisione di esperienze, con particolare riferimento alla piattaforma *Raiplay*, nonché l'eventuale sviluppo di prodotti innovativi specifici in tale ambito;
- d) l'implementazione della presenza dei contenuti del servizio pubblico nell'ecosistema digitale di riferimento per tale tipologia di pubblico;
- e) il rispetto delle norme europee e nazionali a tutela dei minori, con particolare riguardo alle sensibilità della prima infanzia e dell'età evolutiva;
- f) l'ampliamento dell'offerta informativa, e dei relativi contenuti, sui disturbi alimentari e sui rischi ad essi correlati.

Cultura, formazione e promozione dell'Italia

L'esperienza della pandemia ha mostrato come Rai scuola e Rai cultura abbiano svolto, nei lunghi mesi della DAD, una valida opera di supplenza, offrendo lezioni di alto livello e di facile fruibilità. Tale importante funzione svolta dalla RAI deve essere proseguita. La RAI, utilizzando linguaggi adatti al contesto attuale, dovrà offrire ai diversi pubblici, indipendentemente dai livelli culturali, la più vasta possibilità di accesso alle diverse manifestazioni della cultura italiana.

La concessionaria del servizio pubblico ha il compito di rappresentare l'Italia, le sue eccellenze e i suoi valori nel mondo e nel territorio nazionale. A tal fine dovranno essere adottate misure volte:

- a) alla diffusione, anche in lingua inglese, di contenuti di qualità per il pubblico internazionale, che offrano la rappresentazione delle eccellenze culturali, sociali e valoriali italiane, proiettando l'immagine dell'Italia nel mondo, anche al fine di attrarre gli investimenti esteri e i flussi turistici;
- b) alla promozione e alla valorizzazione della cultura dell'impresa e del lavoro attraverso la narrazione di storie imprenditoriali e di lavoratori che trasmettano i valori dell'Italia e il genio italico;
- c) alla produzione e diffusione su tutte le piattaforme distributive di contenuti audiovisivi e multimediali idonei a favorire la crescita civile, la capacità di giudizio e di critica, la creatività culturale, la coesione sociale e l'educazione ambientale;

- d)* alla promozione dei valori culturali, civili e sociali dell'Unione europea;
- e)* alla valorizzazione della diffusione della lingua italiana nel mondo anche attraverso il canale internazionale dedicato agli italiani all'estero;
- f)* al potenziamento dell'integrazione dei palinsesti del canale internazionale integrato con i programmi di successo in onda in Italia;
- g)* alla produzione e programmazione di contenuti, anche multimediali, dedicati alla promozione e alla valorizzazione in Italia come all'estero dei territori e delle unicità culturali, paesaggistiche, agro-alimentari ed enogastronomiche italiane tra le quali la storia, le tradizioni e la cultura dei borghi, delle montagne, delle isole minori, delle zone costiere e delle aree interne del nostro Paese, anche nell'ottica dello sviluppo del turismo culturale ecosostenibile e sportivo, nonché della promozione della scoperta di luoghi e territori meno noti.

La diffusione delle discipline e della cultura scientifica dovrà essere oggetto di impegno particolare.

La Rai, utilizzando i canali radiofonici e televisivi e le opportunità offerte dalla rete, dovrà favorire la diffusione della cultura delle istituzioni. In quest'ambito, al fine di assicurare una più efficace copertura dei temi europei, anche alla luce del PNRR, la Rai dovrà promuovere una divulgazione degli argomenti al centro del dibattito dell'Unione, affermando adeguate forme di diffusione tra il grande pubblico di contenuti a carattere istituzionale. A tal fine, la trasmissione dei lavori delle Assemblee rappresentative dovrà essere accompagnata dall'illustrazione del funzionamento degli organi e degli apparati.

Una particolare attenzione, inoltre, dovrà essere dedicata, dalla concessionaria per il servizio pubblico radiotelevisivo, ad accrescere le competenze del pubblico anche in relazione alle nuove sfide della transizione ambientale e digitale, con particolare riferimento all'alfabetizzazione digitale e ai seguenti impegni:

- a)* informare il pubblico e, in particolare, i giovani dell'importanza delle discipline STEM (scienza, tecnologia, ingegneria e matematica), nonché fornire al suddetto pubblico informazioni sui percorsi professionali, anche meno conosciuti, e sull'accesso ai programmi nazionali ed europei di formazione e di volontariato per i giovani;
- b)* accrescere le conoscenze e la sensibilità del pubblico con riferimento alla sostenibilità ambientale;
- c)* intensificare la frequenza e migliorare il collocamento nei palinsesti dei programmi di divulgazione delle tematiche relative all'innovazione digitale;
- d)* accrescere le competenze digitali di base della popolazione, anche con iniziative sul territorio;
- e)* promuovere i valori connessi alle suddette sfide (digitale e ambientale) nei prodotti destinati al grande pubblico (quali fiction, entertainment e programmi informativi);
- f)* promuovere l'educazione alla mobilità sostenibile e alla sicurezza stradale.

Inclusione sociale e culturale

La RAI dovrà rafforzare l'impegno volto a favorire l'inclusione sociale e culturale di tutte le comunità che vivono in Italia, senza discriminazioni, garantendo l'accesso ai diversi generi della programmazione, sostenendo l'integrazione delle minoranze, nonché promuovendo l'impegno per l'uguaglianza, l'inclusione e la diversità.

In quest'ottica, il contratto dovrà prevedere che la RAI provveda a:

- a) consentire l'accesso, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o di configurazioni particolari;
- b) incrementare i contenuti culturali e educativi basati sull'analisi dell'evoluzione sociale.
- c) diffondere una cultura nazionale delle disabilità nell'ottica della valorizzazione delle competenze, delle nuove e diverse abilità e di modelli positivi di inclusività, anche attraverso la programmazione di contenuti a carattere scientifico e divulgativo che ne garantiscano la diffusione al grande pubblico e che promuovano l'uso di un linguaggio appropriato e rispettoso della disabilità.

In questo quadro, il contratto di servizio dovrà, anche attraverso iniziative editoriali dedicate, prevedere il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- a) la valorizzazione del ruolo delle donne e la promozione di un'ottica di genere in tutti gli ambiti della vita sociale, economica e politica;
- b) incremento dei contenuti culturali ed educativi dedicati ai temi della parità di genere, delle pari opportunità e del contrasto verso ogni forma di violenza e discriminazione, anche attraverso la promozione di un linguaggio che favorisca il superamento di espressioni o manifestazioni sessiste nonché degli stereotipi di genere;
- c) la rappresentazione del valore e del ruolo delle donne nonché il loro contributo nella società e nel lavoro;
- d) la valorizzazione delle professionalità interne all'azienda sia con riguardo al contrasto alla disparità di genere, sia con particolare riferimento alla formazione continua anche attraverso l'utilizzo degli strumenti, qualora compatibili, già previsti a legislazione vigente quali il Fondo per le Nuove Competenze.

Programmi di intrattenimento e spettacoli

Intelligenza e leggerezza dovranno sempre connotare i programmi di intrattenimento e gli spettacoli, nel rispetto dei principi che informano il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

In particolare, la RAI assicurerà che i conduttori e i collaboratori di tutti i programmi, anche di *infotainment*, si attengano, nel trattamento dei contenuti, a principi di competenza, imparzialità e responsabilità nel far conoscere al pubblico idee e informazioni, avendo particolare riguardo allo sviluppo della personalità dei minori.

Opere cinematografiche, fiction e documentari

La produzione di opere cinematografiche, fiction e documentari deve contribuire a rafforzare l'identità nazionale ed europea. In tale ottica, la RAI dovrà stimolare e sviluppare l'industria italiana del settore, guidandone il rinnovamento anche professionale, riservando attenzione a opere di giovani autori, sostenendo i nuovi strumenti (come i podcast) e l'interesse per generi tradizionali (come i documentari).

Affinché la RAI assicuri un adeguato sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo, il contratto di servizio dovrà prevedere che la RAI:

- a) investa su contenuti di qualità, sperimentando formati e linguaggi nuovi e avviando progetti innovativi nelle produzioni come nelle coproduzioni;
- b) valorizzi, nella definizione degli assetti contrattuali e dei diritti di utilizzazione e dello sfruttamento delle opere, le opere di espressione originale italiana in coerenza la normativa primaria e i relativi regolamenti attuativi.

Sport

Lo sport e la cultura sportiva – importanti strumenti di inclusione - dovranno essere promossi attraverso le seguenti iniziative:

- a) l'incremento della programmazione di eventi sportivi offrendo più spazio nei palinsesti alle discipline cosiddette minori al fine di valorizzarne la diffusione e la pratica, ivi inclusi gli eventi sportivi che, per identità e tradizione storico culturale, abbiano una elevata potenzialità di attrazione turistica;
- b) l'individuazione, nei palinsesti, di adeguati spazi a contenuti che motivino la popolazione all'esercizio fisico e all'adozione di stili di vita attivi;
- c) la valorizzazione della qualità e delle eccellenze agro-alimentari italiane, nonché la diffusione del modello nutrizionale di dieta mediterranea quale stile di vita sano e da tutelare;
- d) l'acquisizione, compatibilmente con le risorse economiche disponibili, dei diritti sportivi relativi agli eventi, nazionali e internazionali, di maggiore rilevanza;
- e) la promozione dei valori della cultura sportiva e degli stili di vita attivi nei prodotti di grande pubblico (quali *fiction*, *entertainment* e programmi informativi).

Radio

Al fine di mettere in atto gli interventi necessari al consolidamento del servizio pubblico radiofonico, il contratto di servizio dovrà prevedere:

- a) il rafforzamento dei prodotti di qualità che mostrano, all'esito della misurazione degli ascolti, elevati tassi di fidelizzazione del pubblico radiofonico;
- b) la realizzazione di eventi culturali, musicali e sportivi anche "*live*" che attraggano nuovo pubblico anche attraverso la loro attiva partecipazione;

- c) l'implementazione della digitalizzazione dei contenuti delle emittenti pubbliche anche al fine consentirne la fruizione *on demand*.

Trasparenza

Risorse economiche e costi del servizio pubblico

Il perimetro degli obblighi del nuovo contratto di servizio sarà definito in coerenza con le risorse economiche pubbliche complessive derivanti dal canone.

La valutazione del complesso delle risorse disponibili potrà, quindi, consentire non solo una chiara definizione degli obiettivi da assegnare al servizio pubblico, ma anche il perseguimento di un'efficace razionalizzazione della spesa.

La sostenibilità economica del contratto e la verifica dell'utilizzo delle risorse pubbliche ricevute per l'efficace perseguimento degli obiettivi del servizio pubblico verranno, inoltre, garantiti:

- adottando comportamenti lineari ed eticamente distintivi nello svolgimento delle attività riguardanti l'acquisizione delle risorse pubblicitarie, rendendo effettivi i principi di concorrenza, trasparenza e non discriminazione sanciti dall'articolo 45, comma 2, del TUSMA;
- rendendo trasparenti i costi del servizio pubblico mediante l'utilizzo dello schema di contabilità separata attualmente vigente approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Coordinamento istituzionale

Il Contratto di servizio dovrà indicare meccanismi di coordinamento tra la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, il Ministero dello sviluppo economico e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che, nel rispetto dei distinti ruoli, consentano di valutare l'attuazione degli obblighi e degli impegni della concessionaria.

Monitoraggio-vigilanza

Per il corretto esercizio della vigilanza, è necessario che il contratto di servizio preveda strumenti per:

- a) monitorare adeguatamente e costantemente anche in chiave prospettica l'effettivo raggiungimento degli impegni assunti, mediante la fissazione di *key performance indicator*, anche di natura temporale;
- b) la misurazione periodica della qualità percepita e dell'indice di Public Value sulla base delle *best practice* seguite a livello europeo e internazionale dai *broadcaster* pubblici;
- c) prevedere una standardizzazione dei sistemi di monitoraggio secondo principi di trasparenza, indipendenza e terzietà.