

COMMISSIONI RIUNITE

VII (Cultura, scienza e istruzione) e IX (Trasporti, poste e telecomunicazioni)

S O M M A R I O

SEDE REFERENTE:

Riassetto del sistema radiotelevisivo. C. 310-434-436-1343-1372-2486-2913-2919-2965-3035-3043-3098-3106-3184-3274-3286-3303-3447-3454-3567-3588-3689-D, rinviato alle Camere dal Presidente della Repubblica, e sentenza della Corte Costituzionale n. 466 del 2002 (Seguito dell'esame e rinvio)	17
ALLEGATO 1 (Emendamenti riformulati nel corso della seduta)	26
ALLEGATO 2 (Nota integrativa relativa alle modifiche apportate al sistema integrato delle comunicazioni (SIC) depositata dal Relatore per la IX Commissione)	27
ALLEGATO 3 (Nota integrativa relativa al contenuto dell'articolo 15, comma 7, del progetto di legge in materia di telepromozioni depositata dal Relatore per la IX Commissione)	32

SEDE REFERENTE

Martedì 27 gennaio 2004. — Presidenza del presidente della VII Commissione Ferdinando ADORNATO indi del presidente della IX Commissione Paolo ROMANI. — Interviene il sottosegretario di Stato per le comunicazioni Giancarlo Innocenzi.

La seduta comincia alle 11.15.

Riassetto del sistema radiotelevisivo.

C. 310-434-436-1343-1372-2486-2913-2919-2965-3035-3043-3098-3106-3184-3274-3286-3303-3447-3454-3567-3588-3689-D, rinviato alle Camere dal Presidente della Repubblica, e sentenza della Corte Costituzionale n. 466 del 2002.

(Seguito dell'esame e rinvio).

Le Commissioni proseguono l'esame rinviato, da ultimo, nella seduta del 22 gennaio 2004.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che i deputati Giuseppe Gianni e

De Laurentiis hanno ritirato la loro firma dall'emendamento 15.5, successivamente sottoscritto dal deputato Panattoni, sul cui esame si era conclusa la precedente seduta.

Giorgio PANATTONI (DS-U) raccomanda l'approvazione dell'emendamento 15.5, denunciando l'atteggiamento remissivo di quelle parti della maggioranza che, a parole, tentano di distinguere le proprie posizioni da quelle dettate dal Presidente del Consiglio, senza tenere in alcun conto gli interessi reali del paese.

Enzo CARRA (MARGH-U) dichiara di sottoscrivere l'emendamento 15.5, sottolineando come il ritiro delle firme dei deputati Giuseppe Gianni e De Laurentiis sia l'ennesima testimonianza dell'atteggiamento di chiusura della maggioranza.

Giorgio PANATTONI (DS-U), intervenendo sull'ordine dei lavori, chiede di sapere se siano disponibili gli ulteriori elementi informativi richiesti nella scorsa

seduta, a seguito della presentazione da parte del Governo di una nota sugli emendamenti 2.1 e 15.2 dei relatori.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, annuncia di aver predisposto una nota recante ulteriori chiarimenti sulla delimitazione del Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e sulla questione delle telepromozioni. Ritiene peraltro che la discussione su tali argomenti possa essere rinviata al momento in cui sarà ripreso l'esame dell'emendamento 2.1, precedentemente accantonato.

Le Commissioni respingono gli identici emendamenti Panattoni 15.5, Lusetti 15.20 e Mazzuca Poggiolini 15.21.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, propone di accantonare l'emendamento 15.2 dei relatori, nonché gli emendamenti 15.24, 15.26, 15.25, 15.27, 15.28 e 15.29, ad esso connessi.

Le Commissioni concordano. Respingono quindi gli identici emendamenti Panattoni 15.39 e Colasio 15.40.

Giorgio PANATTONI (DS-U), nel dichiararsi favorevole all'emendamento Colasio 15.41, osserva che se il limite alla raccolta delle risorse, di cui all'articolo 15, comma 2, fosse riferito ai singoli mercati del SIC, anziché all'aggregato complessivo, non ci sarebbe necessità di inserire, contro il rischio di posizioni dominanti da parte degli operatori di telecomunicazione, la clausola di asimmetria di cui all'articolo 15, comma 4. Osserva quindi che tale disposizione « asimmetrica », escludendo di fatto la possibilità che il maggiore operatore nazionale in campo telefonico entri a pieno titolo nel mercato radiotelevisivo, contrasta con i dichiarati intenti di tutela della concorrenza e del pluralismo e di promozione dei processi di convergenza tecnologica. Torna quindi a suggerire che, tenendo separati i singoli mercati delle comunicazioni, il limite alla raccolta di risorse sia fissato con riferimento a ciascuno di essi, anche in considerazione del

fatto che, ove non si procedesse per questa via, la norma diventerebbe presto inattuale e inadatta ad un sistema di comunicazioni caratterizzato dalla tendenza dei diversi comparti della comunicazione a convergere verso la tecnologia digitale.

Andrea COLASIO (MARGH-U), raccomanda l'approvazione dell'emendamento 15.41, del quale è il primo firmatario, sottolineando che i presupposti giuridici della clausola « asimmetrica » di cui all'articolo 15, comma 4, in esame sembrano essere venuti meno, cosicché tale norma non sembra più trovare fondamento in alcun elemento oggettivo. Chiede pertanto ai relatori e al Governo chiarimenti sul punto, che appare della massima rilevanza, considerato che il SIC, in quanto insieme eterogeneo di mercati non contigui, privo di unitarietà dal lato della domanda, non appare in grado di impedire la costituzione di posizioni dominanti nei singoli mercati. In questo contesto, la clausola « asimmetrica » in esame, precludendo l'ingresso nel mercato radiotelevisivo nazionale di uno dei pochi operatori realmente in grado di porsi in concorrenza con RAI e Mediaset, appare in contrasto con la finalità di tutela del pluralismo e con i principi liberali dei quali la maggioranza si vuole paladina.

Le Commissioni respingono l'emendamento Colasio 15.41.

Carlo ROGNONI (DS-U), nel raccomandare l'approvazione dell'emendamento 15.42, del quale è primo firmatario, e dell'identico emendamento Colasio 15.43, dichiara di non comprendere l'intento del comma 5 dell'articolo 15, con il quale si interviene sulla legge n. 249 del 1997 sopprimendo, all'articolo 2, comma 7, l'obbligo previsto in capo all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di aver riguardo, nell'adottare i provvedimenti necessari per evitare le posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nei mercati delle comunicazioni, ai criteri indicati dai commi 1 e 8 della legge citata. Osserva, al riguardo, che l'inciso che s'in-

tende sopprimere è funzionale alla salvaguardia del pluralismo. Inoltre, avendo la maggioranza proposto emendamenti limitati, con riferimento all'articolo 15, al solo SIC, manifesta il dubbio che si confonda tra la posizione dominante in senso economico, che è lesiva della concorrenza, e la posizione dominante nel campo delle comunicazioni di massa, che è lesiva anche del pluralismo. Tanto premesso, si dice certo che l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni non potranno esercitare i controlli di rispettiva competenza sulla base del SIC.

Le Commissioni respingono gli identici emendamenti Rognoni 15.42 e Colasio 15.43.

Giuseppe GIULIETTI (DS-U), intervenendo sull'emendamento Gentiloni 15.44 e sugli analoghi emendamenti De Laurentiis 15.6, Boato 15.3, Butti 15.4, Gentiloni 15.45 e Giulietti 15.46, con i quali si propone di posticipare il termine fino al quale è fatto divieto agli operatori televisivi in posizione dominante di acquisire partecipazioni nelle imprese dell'editoria quotidiana, si dichiara in linea di principio favorevole all'emendamento 15.6, su cui i relatori e il Governo hanno espresso parere favorevole. Osserva tuttavia come l'intento della norma, volto ad impedire che le imprese oggi dominanti nella televisione si espandano liberamente anche nell'editoria quotidiana e periodica, sarebbe più efficacemente perseguito subordinando la cessazione del divieto al completamento del passaggio dall'analogico al digitale terrestre, in quanto presupposto del pluralismo che la norma intende garantire, piuttosto che fissando al divieto un termine cronologicamente certo, sia esso il 2008 o il 2010. Chiede inoltre al Governo se sia corretta l'interpretazione secondo la quale il comma 7 dell'articolo 15 favorirebbe gli operatori televisivi privati, in altre parole Mediaset, a scapito della RAI.

Enzo CARRA (MARGH-U) chiede chiarimenti in ordine al parere del relatore e

del Governo sugli emendamenti riferiti al comma 6.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, ricorda che il relatore ha espresso parere favorevole sugli identici emendamenti 15.6, 15.3 e 15.4, e parere contrario sui restanti emendamenti riferiti al comma 6.

Carlo ROGNONI (DS-U), richiamandosi a quanto osservato dal deputato Giulietti, esprime il dubbio che la decisione della maggioranza di prolungare fino al 2010 il divieto agli operatori televisivi maggiori di entrare nell'editoria quotidiana indichi che la maggioranza stessa non crede che il passaggio dalla tecnologia analogica al digitale terrestre, il cosiddetto *switch-off*, possa realmente avvenire entro il 2006.

Le Commissioni, con distinte votazioni, respingono l'emendamento Gentiloni Silveri 15.44 e approvano gli identici emendamenti De Laurentiis 15.6, Boato 15.3 e Butti 15.4.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che sono pertanto assorbiti gli emendamenti Gentiloni Silveri 15.45 e Giulietti 15.46.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, integrando il parere espresso nella precedente seduta, esprime parere contrario sugli identici emendamenti Giuseppe Gianni 15.7, Lusetti 15.47 e Mazzuca Poggiolini 15.48, nonché sugli emendamenti Colasio 15.30 e 15.31.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Giorgio PANATTONI (DS-U), intervenendo sugli identici emendamenti Giuseppe Gianni 15.7, Lusetti 15.47 e Mazzuca Poggiolini 15.48, dichiara di non comprendere la ragione del parere contrario del relatore, atteso che la proposta emendativa in questione è volta a limitare l'espansione degli operatori televisivi dominanti anche nel campo della radiodiffusione sonora, oltre che in quello del-

l'editoria quotidiana. Tale proposta appare del tutto condivisibile, visto che la radio è un mezzo di comunicazione assai popolare e che la concentrazione di televisioni e radio nelle mani di un medesimo operatore costituirebbe un pericoloso monopolio dell'informazione non meno che la concentrazione di televisione e giornali.

Carlo ROGNONI (DS-U) esprime al riguardo il dubbio che Mediaset intenda assicurarsi un monopolio anche nel mercato della radiodiffusione sonora.

Paolo GENTILONI SILVERI (MARGH-U) osserva che il pericolo di una concentrazione dei mezzi di informazione nelle mani di pochi operatori in posizione dominante non è scongiurato se, pur ridimensionandosi il SIC, si consente che al monopolio nelle televisioni si aggiunga il controllo delle radio.

Giuseppe GIULIETTI (DS-U) suggerisce di accantonare gli identici emendamenti Pippo Gianni 15.7, Lusetti 15.47 e Mazzuca Poggiolini 15.48, ritenendo il parere contrario su di essi non congruente con l'impianto complessivo della legge. Ricordato che si tratta di una proposta emendativa largamente condivisa, riferita a disposizioni non centrali rispetto all'aspro confronto politico tra maggioranza e opposizione, richiama l'attenzione delle Commissioni riunite sulle preoccupazioni manifestate dalle imprese minori circa il rischio di una compressione dei loro mercati.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, ritiene che nel settore radiofonico i problemi reali siano diversi da quello posto con gli emendamenti in esame. Pur riconoscendo che la mediazione raggiunta in relazione a queste ulteriori questioni non sia pienamente soddisfacente, osserva, quanto al merito degli emendamenti in esame, che l'affinità tra la televisione e la radio è evidente, e non consente di separare i due settori in modo troppo netto. Non appare in particolare condivisibile un'impostazione « proibizio-

nistica », essendo comunque positiva la presenza di elementi di concorrenzialità in un mercato « forte » come quello della radiofonia.

Le Commissioni respingono gli identici emendamenti Giuseppe Gianni 15.7, Lusetti 15.47 e Mazzuca Poggiolini 15.48, nonché, con distinte votazioni, gli emendamenti Colasio 15.30 e 15.31 e Rognoni 15.35 (*seconda versione*).

Carlo ROGNONI (DS-U) dichiara di sottoscrivere l'emendamento Tarantino 15.37, e lo riformula come comma aggiuntivo al comma 6 (*vedi allegato 1*). Segnala quindi che l'emendamento affronta un problema reale, sia pure in modo non del tutto adeguato, essendo volto a « riallineare » le tariffe pubblicitarie televisive a quelle degli altri paesi europei.

Le Commissioni respingono l'emendamento 15.37.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, esprime parere contrario sull'emendamento Carra 23.46 e raccomanda l'approvazione dell'emendamento 23.47 dei relatori.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Le Commissioni respingono l'emendamento Carra 23.46 e approvano l'emendamento 23.47 dei relatori.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, esprime parere contrario sull'emendamento Panattoni 24.1 e raccomanda l'approvazione dell'emendamento 24.2 dei relatori.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Le Commissioni respingono l'emendamento Panattoni 24.1 e approvano l'emendamento 24.2 dei relatori.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, raccomanda l'approvazione degli emendamenti 25.1, 25.28 e 25.3 dei relatori; esprime parere favorevole sull'emendamento Caparini 25.29, purché sia riformulato, nonché sull'emendamento Butti 25.25 e sugli identici emendamenti Giuseppe Gianni 25.20, Mazzuca Poggiolini 25.21 e Lusetti 25.26; esprime parere contrario sui restanti emendamenti riferiti all'articolo 25.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Le Commissioni respingono l'emendamento Colasio 25.27.

Giorgio PANATTONI (DS-U) osserva che il testo attuale del comma 1 dell'articolo 25 appare incongruo, facendo riferimento ad un termine, quello del 31 dicembre 2003, che è già scaduto. Ritiene pertanto che l'emendamento 25.1 dei relatori dovrebbe essere riformulato, eventualmente prevedendo la soppressione del termine indicato o la sua dilazione.

Carlo ROGNONI (DS-U) condivide i rilievi del deputato Panattoni. Sarebbe a suo avviso più coerente, da parte della maggioranza, sopprimere qualsiasi riferimento ad un termine entro cui devono essere rese attive le nuove trasmissioni in tecnica digitale.

Enzo CARRA (MARGH-U) chiede chiarimenti in ordine al testo complessivamente risultante dall'eventuale approvazione dei diversi emendamenti dei relatori riferiti all'articolo 25.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, propone di accantonare l'emendamento 25.1.

Le Commissioni concordano.

Andrea COLASIO (MARGH-U), pur dichiarandosi contrario all'emendamento 25.28 dei relatori, ne riconosce la notevole rilevanza, dato che esso affronta il pro-

blema della verifica dell'ampliamento dell'offerta dei programmi televisivi e conseguentemente dell'arricchimento del pluralismo informativo. Ritiene peraltro opportune alcune integrazioni del testo. In particolare ritiene che nella lettera a) del comma 3 si debba far riferimento alla quota di popolazione effettivamente raggiunta dalle nuove reti digitali terrestri: solo in tal modo, a suo avviso, l'esame che l'autorità per le garanzie nelle comunicazioni dovrà svolgere entro il 30 aprile 2004 potrebbe verificare l'effettiva ricezione di programmi diversificati, condizione quest'ultima prodromica alla realizzazione del pluralismo informativo. Riguardo inoltre alla lettera c), ritiene che debba farsi riferimento all'effettiva ricezione da parte del pubblico di programmi diversi da quelli diffusi dalla rete analogica. Anche questa integrazione, a suo giudizio, risponde a quella primaria finalità di creazione di meccanismi atti a garantire l'effettivo ampliamento del pluralismo, richiesto dalla Corte costituzionale e dal Presidente della Repubblica.

Giorgio PANATTONI (DS-U), intervenendo in ordine all'emendamento 25.28 dei relatori, chiede chiarimenti in relazione alle modalità con cui si intende assicurare la necessaria coerenza tra le disposizioni in esame e quelle, del tutto identiche, dell'articolo 1 del decreto-legge n. 352 del 2003, in materia di definitiva cessazione del regime transitorio, attualmente in corso di esame al Senato. Il decreto in questione rappresenta, a suo avviso, la discutibile risposta fornita dalla maggioranza ai rilievi espressi dal Presidente della Repubblica nel suo messaggio di rinvio e ha consentito di aggirare ancora una volta i dettami della giurisprudenza costituzionale in materia di pluralismo informativo. È pertanto singolare e preoccupante che il testo di tale decreto-legge sia recepito nella proposta emendativa del relatore inerente al provvedimento in titolo. Reclama maggiore trasparenza in quanto, a suo giudizio, è criticabile il fatto che una stessa materia sia contestualmente oggetto di un decreto-legge e di un

progetto di legge. Ritiene che il problema non abbia una valenza meramente formale e chiede se vi siano precedenti in materia.

Paolo ROMANI, *relatore*, nel riconoscere la fondatezza della questione posta, precisa che l'intenzione della maggioranza in questa fase è quella di « recepire » nel provvedimento in esame il testo del decreto-legge nella sua stesura originaria, senza considerare le eventuali modifiche introdotte dal Senato. Queste ultime potranno essere inserite nel testo nel corso della discussione in Assemblea. Ritiene che questa sia la soluzione più saggia, più lineare e maggiormente rispettosa delle competenze dei due rami del Parlamento.

Carlo ROGNONI (DS-U) condivide i rilievi critici espressi dal deputato Panattoni e ritiene singolare che il testo del decreto sia « assorbito » nel provvedimento in titolo. Quanto all'emendamento 25.28 dei relatori, ritiene che sia poco efficace il riferimento al comma 7 dell'articolo 2 della legge n. 249 del 1997, in materia di adozione da parte dell'autorità per le garanzie nelle comunicazioni dei provvedimenti atti ad eliminare o impedire posizioni dominanti, anche considerato che, in altra parte del provvedimento in esame, si procede ad una parziale abrogazione del comma 7 in oggetto, eliminando il riferimento ai criteri indicati dal comma 8 del medesimo articolo 2 della legge n. 249.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, assicura che nessuna disposizione regolamentare osta all'esame distinto, nei due rami del Parlamento, di un provvedimento ordinario e di un disegno di legge di conversione di decreto-legge vertenti sulla medesima materia. Si riserva di indicare in seguito i più recenti precedenti relativi a questa fattispecie.

Le Commissioni approvano l'emendamento 25.28 dei relatori. Respingono quindi gli emendamenti Duca 25.4, Rognoni 25.5 e 25.6 e Colasio 25.7.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, propone di accantonare l'emendamento Caparini 25.29.

Le Commissioni concordano. Respingono quindi, con distinte votazioni, gli emendamenti Grignaffini 25.11 e Duca 25.10.

Carlo ROGNONI (DS-U) raccomanda l'approvazione del proprio emendamento 25.8.

Le Commissioni respingono gli emendamenti Rognoni 25.8, Duca 25.9, Gentiloni Silveri 25.15 e Colasio 25.14. Approvano quindi l'emendamento 25.3 dei relatori. Respingono infine gli emendamenti Duca 25.13 e Rognoni 25.12.

Carlo ROGNONI (DS-U) illustra l'emendamento 25.16 di cui è firmatario, raccomandandone l'approvazione. Ritiene che la verifica che dovrà essere effettuata entro la fine del prossimo aprile dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni in ordine all'effettivo sviluppo del digitale sarebbe poco proficua ove si riferisca alla copertura del 50 per cento della popolazione nazionale. Sarebbe più congruo il riferimento ad una copertura dell'80 per cento della popolazione e di tutti i capoluoghi di provincia. Solo il rispetto di queste condizioni può essere effettivo indice di un adeguato sviluppo della tecnologia digitale, non limitato ad alcune parti del paese.

Giorgio PANATTONI (DS-U) nel dichiararsi favorevole all'emendamento 25.16 Rognoni, ritiene che sia assolutamente riduttiva la copertura pari al 50 per cento della popolazione nazionale. È inaccettabile, a suo avviso, che si possa definire nazionale una rete che copra il 20 per cento del territorio italiano. Espone al riguardo rilievi critici nei confronti delle forze della maggioranza che hanno introdotto tale limite di copertura deliberatamente al fine di salvare Rete 4. Invita pertanto la maggioranza a riflettere su tale problematica e a superare la definizione di copertura testé indicata, giudicandola assolutamente non corretta.

Ettore ROSATO (MARGH-U), nel dichiararsi favorevole all'emendamento

25.16 Rognoni, constata con amarezza l'atteggiamento di chiusura della maggioranza in ordine alle proposte emendative formulate dall'opposizione, che pure sono mirate ad accogliere i rilievi espressi nel messaggio di rinvio del Presidente della Repubblica. Per quanto riguarda in particolare l'emendamento in esame, ritiene che esso indichi una dimensione congrua del livello di copertura, superandosi così quella dimensione riduttiva indicata nel provvedimento in titolo, che rischia di dividere il paese in zone «ricche», in cui ci sarà lo sviluppo delle nuove tecnologie, e zone «povere», in cui ciò non avverrà. In sostanza, ritiene che la mancata approvazione di tale emendamento rischia di dar vita dal 1° maggio ad un pluralismo meramente «virtuale», non basato cioè su un effettivo sviluppo del digitale in tutto il paese.

Le Commissioni, con distinte votazioni, respingono gli emendamenti Rognoni 25.16 e 25.17, Colasio 25.22, Rognoni 25.19, e Colasio 25. 18. Approvano quindi l'emendamento Butti 25.25.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che sono pertanto assorbiti gli identici emendamenti Giuseppe Gianni 25.20, Mazzuca Poggiolini 25.21e Lusetti 25.26.

Le Commissioni, con distinte votazioni, respingono gli emendamenti Rognoni 25.23, 25.24 e 25.30.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, propone una nuova formulazione dell'emendamento Caparini 25.29 (*vedi allegato 1*).

Davide CAPARINI (LNFP) riformula l'emendamento 25.29 nel senso indicato.

Carlo ROGNONI (DS-U) chiede chiarimenti in ordine al concetto di «pluralismo territoriale» cui fa riferimento l'emendamento in esame.

Paolo ROMANI (FI), *relatore*, ricorda che il tema del pluralismo territoriale è stato oggetto di ampi approfondimenti anche in sede parlamentare, in particolare nell'ambito dei lavori della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

Giorgio PANATTONI (DS-U), dopo aver precisato che il suo gruppo concorda con l'esigenza di valorizzare le sedi decentrate della RAI, sottolinea peraltro che risulta del tutto incomprensibile e ingiustificato il richiamo al numero di abbonati per area territoriale. La previsione che l'organizzazione territoriale della RAI sia rivista in base al numero di abbonati non appare giustificata né sul piano dei principi né su quello economico e aziendale. La norma proposta rischia pertanto di interferire pesantemente con le autonome scelte aziendali e di aumentare le disparità territoriali all'interno del paese.

Paolo GENTILONI SILVERI (MARGH-U) si chiede se siano chiare a tutti i gruppi della maggioranza le finalità dell'emendamento in discussione, che mira a collegare la dislocazione delle sedi decentrate della Rai con il numero di abbonati nelle varie aree del paese. Auspica che si sviluppi un'ulteriore riflessione all'interno della maggioranza, su questo delicato tema.

Davide CAPARINI (LNFP) raccomanda l'approvazione dell'emendamento 25.29 (*seconda versione*), di cui è primo firmatario, sottolineando che esso è volto ad assicurare il radicamento territoriale delle attività svolte dalla Rai, valorizzando gli accordi di tutte le sedi e dei centri di produzione regionali, a vantaggio dell'intero paese.

Le Commissioni approvano l'emendamento Caparini 25.29 (*seconda versione*).

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, esprime parere contrario sull'emendamento Colasio 28.2 (*seconda versione*). Quanto all'emendamento Gri-

gnaffini 28.1, ritiene che, come già segnalato, la questione da esso affrontata possa essere più opportunamente risolta in sede di coordinamento formale durante la discussione in Assemblea.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Giorgio PANATTONI (DS-U), nel ritenere condivisibili le considerazioni del relatore Romani in ordine all'emendamento 28.1, ritiene opportuno indicare con più precisione i contenuti del preannunciato intervento di coordinamento formale.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, ritiene che la proposta di coordinamento formale possa essere sostanzialmente analoga a quanto proposto con l'emendamento 28.1.

Giovanna GRIGNAFFINI (DS-U) ritira l'emendamento 28.1, di cui è prima firmataria

Le Commissioni respingono l'emendamento Colasio 28.2.

Paolo ROMANI (FI), *relatore*, raccomanda l'approvazione degli emendamenti 7.100, 17.100, 20.100, 21.100 e 21.102 dei relatori.

Il sottosegretario Giancarlo INNOCENZI concorda con il parere del relatore.

Le Commissioni approvano gli emendamenti 7.100, 17.100, 20.100, 21.100 e 21.102 dei relatori.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che si riprenderà ora l'esame degli emendamenti precedentemente accantonati.

Paolo ROMANI (FI), *relatore per la IX Commissione*, annuncia di aver depositato, secondo quanto richiesto da alcuni deputati, due note di approfondimento in relazione alle modifiche apportate alla de-

finizione del SIC e alla questione delle telepromozioni (*vedi allegati 2 e 3*).

Giorgio PANATTONI (DS-U) chiede di sospendere i lavori delle Commissioni per consentire una adeguata valutazione di tali documenti.

Paolo ROMANI (FI), *presidente relatore per la IX Commissione*, propone di sospendere la seduta fino alle ore 14.

Le Commissioni concordano.

La seduta sospesa alle 13.05 riprende alle 14.05.

Le Commissioni approvano l'emendamento 2.1 dei relatori.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che sono pertanto assorbiti gli emendamenti Rognoni 2.9, Gentiloni Silveri 2.4, Colasio 2.8 e Gentiloni Silveri 2.13.

Rodolfo DE LAURENTIIS (UDC), nell'esprimere il proprio apprezzamento per l'impegno del relatore ai fini di una ridefinizione dei contenuti del SIC che tenesse conto anche delle precisazioni richieste dal suo gruppo, dichiara peraltro di ritenere il nuovo testo ancora non del tutto soddisfacente rispetto alle esigenze sottolineate anche nel messaggio di rinvio del Presidente della Repubblica, le cui indicazioni devono essere recepite nella lettera e nello spirito. Auspica pertanto che sia possibile un ulteriore approfondimento della questione nel seguito dell'esame parlamentare del provvedimento.

Paolo GENTILONI SILVERI (MARGH-U) sottolinea che i rilievi del Presidente della Repubblica non tengono esclusivamente alle dimensioni del SIC, ma rinviando piuttosto al sottostante problema della tutela della concorrenza e del pluralismo nel settore radiotelevisivo. Nel momento in cui si propone una disciplina

radicalmente innovativa di tale materia occorre assicurare una tutela contro la formazione di posizioni dominanti che sia quanto meno equivalente rispetto a quella assicurata dalla legislazione vigente. L'intervento proposto dalla maggioranza con l'emendamento in esame si riduce invece a una semplice operazione « chirurgica » di ritaglio di singole voci, condotta peraltro senza fornire alcun elemento di certezza circa il loro reale valore in termini economici. Dichiara pertanto il proprio voto contrario sull'emendamento 15.2.

Le Commissioni, con distinte votazioni, approvano gli emendamenti 15.2 e 25.1 dei relatori.

Ferdinando ADORNATO, *presidente*, avverte che il testo risultante dall'esame degli emendamenti sarà trasmesso alle Commissioni competenti in sede consultiva.

Nessun altro chiedendo di intervenire, rinvia quindi il seguito dell'esame alla seduta di domani, 28 gennaio 2004.

La seduta termina alle 14.15.

ALLEGATO 1

Riassetto del sistema radiotelevisivo (C. 310-D e abb.)**EMENDAMENTI RIFORMULATI NEL CORSO DELLA SEDUTA**

Dopo il comma 6, aggiungere il seguente:

6-bis. Entro il triennio successivo all'entrata in vigore della presente legge le tariffe pubblicitarie delle reti nazionali pubbliche e private dovranno adeguarsi alla media, ponderata rispetto alla popolazione, delle tariffe pubblicitarie costo/contatto delle reti degli altri Paesi europei, con una differenza massima del 20 per cento, con le seguenti modalità: entro il primo anno dovranno essere non inferiori al 30 per cento della media suddetta; entro il secondo anno dovranno essere non inferiori al 60 per cento della media suddetta; entro il terzo anno do-

vranno essere corrispondenti alla media suddetta.

15. 37. (seconda versione) Rognoni.

Al comma 5, aggiungere, in fine, le parole:
, attuando condizioni di effettivo pluralismo territoriale, in particolare ripartendo in modo equilibrato, anche in proporzione al numero di abbonati, l'ideazione, la realizzazione e la produzione di programmi con diffusione in ambito nazionale tra i centri di produzione e le sedi regionali.

25. 29 (seconda versione) Caparini, Gibelli, Rodeghiero.

ALLEGATO 2

Riassetto del sistema radiotelevisivo (C. 310-D e abb.)**NOTA INTEGRATIVA RELATIVA ALLE MODIFICHE APPORTATE
AL SISTEMA INTEGRATO DELLE COMUNICAZIONI (SIC) DEPOSITATA DAL RELATORE PER LA IX COMMISSIONE**

Gli interventi modificativi, sul SIC, originati dai rilievi formulati dal Capo dello Stato, muovono da una duplice esigenza:

specificare, approfondire e dunque rendere maggiormente applicabile lo stesso SIC;

rendere più omogenei i fattori che determinano lo stesso SIC restringendo di fatto la sua area applicativa.

In tale direzione innanzitutto è stata chiarita esplicitamente la relazione fra l'articolo 2 contenente la definizione del SIC e l'articolo 15 che, invece, determina i ricavi sulla base dei quali calcolare il 20 per cento del limite che nessun soggetto può oltrepassare.

Infatti la nuova definizione contenuta nell'articolo 2, anziché elencare le imprese che fanno parte del SIC (che venivano richiamate dal successivo articolo 15 relativamente alla fornitura di beni, prodotti

e servizi e facendo sorgere dubbi interpretativi e applicativi), delinea esplicitamente i settori che compongono lo stesso, riproponendo l'elenco già individuato nelle precedenti leggi di sistema (Mammì e Maccanico) e, al tempo stesso, innovandolo sulla base delle inevitabili evoluzioni del settore. Rispetto al passato (già nella Mammì e nella Maccanico erano contenute le voci relative alla stampa, alla radio, alla televisione, all'audiovisivo, alle sponsorizzazioni e all'editoria elettronica) sono stati infatti aggiunti Internet nonché la pubblicità esterna (affissioni, pubblicità dinamica sui mezzi, eccetera) e le iniziative di pubblicità e di promozione diretta al cliente, fattori da anni ormai considerati da tutti gli istituti e gli operatori, costitutivi della cosiddetta area « grande » della pubblicità e quindi elementi portanti di un sistema di investimenti in comunicazione davvero unico e integrato.

Tabella sintetica delle definizioni contenute nella versione precedente ed attuale della lettera g), comma 1, dell'articolo 2

Precedente	Attuale
le imprese radiotelevisive e quelle di produzione e di distribuzione, qualunque ne sia la forma tecnica, di contenuti per programmi televisivi o radiofonici	radio e televisione
le imprese dell'editoria quotidiana, periodica, elettronica, anche per il tramite di Internet	stampa quotidiana e periodica, editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di Internet
libreria	—

Segue Tabella

Precedente	Attuale
le imprese di produzione e distribuzione, anche al pubblico finale, delle opere cinematografiche	cinema
le imprese fonografiche	—
le imprese di pubblicità, quali che siano il mezzo o le modalità di diffusione	pubblicità esterna; iniziative di comunicazione di prodotti e servizi; sponsorizzazioni

Mentre prima quindi l'articolo 2 proponeva una definizione formulata sulla base delle imprese e di tutti i loro ricavi, ponendo problemi di natura interpretativa e applicativa anche rispetto a possibili duplicazioni, la nuova formulazione, elencando esplicitamente i settori di attività, rende invece immediatamente evidente la rappresentazione e l'individuazione del SIC.

In secondo luogo è stato apportato un chiarimento interpretativo tra il comma 2 e il comma 3 dell'articolo 15 laddove poteva manifestarsi un dubbio interpretativo tra la differente formulazione usata tra il limite del 20 per cento dei ricavi riferito all'insieme delle risorse del sistema. L'utilizzazione della terminologia omogenea « ricavi » intende proprio facilitare l'applicazione e l'individuazione dei predetti limiti.

Infine, sono stati realizzati alcuni interventi all'articolo 15 con l'esplicita finalità di chiarire e definire maggiormente le voci economiche che concorrono al monte ricavi eliminando, come già detto, richiami incrociati con l'articolo 2, di difficile applicazione, nonché ogni possibile duplicazione dei medesimi ricavi. Gli interventi operati sono stati infatti i seguenti:

si è specificata e meglio determinata la voce relativa agli investimenti di enti ed imprese in attività finalizzate alla promozione dei propri prodotti e servizi esplicitandola e limitandola alle spese delle aziende in iniziative per una maggiore diffusione del prodotto al punto vendita (quali i concorsi a premio, le offerte speciali, le promozioni dirette) e in attività di pubblicità diretta (quali il *direct reponse* e il *direct marketing* come ad esempio le

promozioni postali), iniziative direttamente ricollegabili ai *budget* di spesa delle aziende in comunicazione e assolutamente omogenee alle forme di pubblicità sui mezzi di comunicazione di massa;

si è eliminata la voce dell'editoria libraria chiarendo in modo esplicito quella relativa all'editoria ed integrando le attività « storiche » e tradizionali (vendita e abbonamenti di quotidiani e periodici nonché i servizi forniti dalle agenzie di stampa, gli annuari come le Pagine Gialle e l'editoria elettronica) insieme a quelle emergenti (i libri e dischi allegati ai giornali che rappresentano la novità più recente del settore);

si è eliminata la voce relativa al settore fonografico (salvo che per gli allegati ai giornali);

si sono eliminati tutti i riferimenti ai costi produttivi, realizzativi e di distribuzione precedentemente ricollegabili alla definizione contenuta all'articolo 2 e, segnatamente, le voci riconducibili alle spese sostenute per la realizzazione, la produzione e la distribuzione di programmi televisivi, opere cinematografiche e spot pubblicitari proprio al fine di evitare qualsiasi duplicazione di calcolo.

L'insieme di tali interventi ha così consentito una ridefinizione dei ricavi, insieme ad una più efficace applicazione del SIC, con un restringimento ipotizzabile tra il 20 per cento e il 30 per cento del totale dei ricavi complessivi a seconda delle diverse stime effettuate.

In definitiva quindi:

si è riconfermata la validità dell'impostazione del SIC quale strumento avanzato e moderno per la valutazione di un sistema della comunicazione sempre più integrato;

se ne è meglio definita la composizione (attraverso un'elencazione più pun-

tuale delle diverse componenti) introducendo una maggiore omogeneità tra le diverse voci e, quindi, anche rendendone più agevole l'applicazione;

se ne è circoscritta la portata rispondendo appieno alle preoccupazioni manifestate dal Capo dello Stato sulla possibile formazione di posizioni dominanti.

TABELLA DI APPROFONDIMENTO TRA LA PRECEDENTE E L'ATTUALE COMPOSIZIONE DEL SIC			
RADIOTV	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	le imprese radiotelevisive e quelle di produzione e di distribuzione, qualunque ne sia la forma tecnica, di contenuti per programmi televisivi o radiofonici	radio e televisione	Sono riconsiderati tutti i ricavi che concorrono a determinare i fatturati televisivi e radiofonici (es. pubblicità, canone, televendite, contributi, abbonamenti pay) e si sono eliminate, al fine di evitare duplicazioni, tutte le voci riconducibili alle spese produttive e per la realizzazione e la distribuzione dei diversi programmi radiofonici e televisivi
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	Finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo al netto dei diritti dell'erario, pubblicità nazionale e locale, televendite, convenzioni con soggetti pubblici, provvidenze pubbliche, offerte televisive a pagamento, vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese precedentemente elencate)	Identico, tranne che per il riferimento all'articolo 2	
STAMPA EDITORIA	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	le imprese dell'editoria quotidiana, periodica, elettronica, anche per il tramite di Internet	stampa quotidiana e periodica, editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di Internet	Sono considerati tutti i ricavi che concorrono a determinare i fatturati delle imprese dell'editoria quotidiana, periodica e annuaristica (es. pubblicità, vendite, abbonamenti, inserzioni, allegati commercializzati ai giornali, come libri, cd, cassette, agenzie stampa, ecc.) nonché quelli che concorrono a determinare i fatturati delle imprese che operano nel settore dell'editoria elettronica (pubblicità, vendite e abbonamenti) e di Internet (es. pubblicità, vendite e abbonamenti per utilizzo di dati e contenuti)
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	Pubblicità nazionale e locale, vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese precedentemente elencate)	pubblicità nazionale e locale, abbonamenti e dalla vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato, agenzie di stampa, editoria elettronica e annuaristica, Internet	
LIBRI	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	Le imprese dell'editoria libraria	Abrogato	Sono eliminati i ricavi relativi all'editoria libraria
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese dell'editoria libraria)		
CINEMA	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	le imprese di produzione e distribuzione, anche al pubblico finale, delle opere cinematografiche	cinema	Sono considerati i ricavi che concorrono a determinare i fatturati delle imprese cinematografiche in relazione alle diverse fruizioni del pubblico (es. biglietti sala, home video vendita e noleggio, pubblicità) e si sono eliminate, al fine di evitare duplicazioni, tutte le voci riconducibili alle spese produttive, per la realizzazione e la distribuzione delle opere cinematografiche
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese cinematografiche di produzione e distribuzione)	utilizzo delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico	

DISCHI	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	le imprese fonografiche	Abrogato	<i>Sono eliminati i ricavi relativi alle imprese fonografiche</i>
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese fonografiche)		
ALTRE FORME PUBBLICITA'	<i>Precedente</i>	<i>Attuale</i>	<i>Approfondimenti e differenze</i>
<i>Definizione Settore art. 2</i>	le imprese di pubblicità, quali che siano il mezzo o le modalità di diffusione	Sponsorizzazioni, pubblicità esterna; iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	Sono considerate tutte le spese realizzate dalle aziende in forme di pubblicità tradizionali differenti da quelle precedentemente elencate come la pubblicità esterna (es. affissioni, pubblicità mobile, ecc.) e <i>quelle proprie della cosiddetta "area allargata" attraverso definizioni ulteriormente specificate e limitate</i> (es. sponsorizzazioni, iniziative al punto vendita, pubblicità diretta, ecc.), e, al tempo stesso, sono eliminate, al fine di evitare duplicazione, tutte le voci riconducibili alle spese produttive, per la realizzazione e la distribuzione dei prodotti pubblicitari.
<i>Definizione di ricavi di cui all'articolo 15</i>	Pubblicità nazionale e locale, sponsorizzazioni, investimenti di enti ed imprese in altre attività finalizzate alla promozione dei propri prodotti o servizi, vendite di beni, abbonamenti e servizi relativi ai settori di cui all'articolo 2 (tra cui le imprese di pubblicità quali ne siano il mezzo o le modalità di diffusione)	Pubblicità nazionale e locale, sponsorizzazioni, investimenti di enti ed imprese in attività di comunicazione attraverso la pubblicità diretta e attività di maggiore diffusione del prodotto realizzata al punto vendita	

ALLEGATO 3

Riassetto del sistema radiotelevisivo (C. 310-D e abb.)**NOTA INTEGRATIVA RELATIVA AL CONTENUTO DELL'ARTICOLO 15, COMMA 7, DEL PROGETTO DI LEGGE IN MATERIA DI TELEPROMOZIONI DEPOSITATA DAL RELATORE PER LA IX COMMISSIONE***1. Cosa stabilisce il comma 7 dell'articolo 15*

Il comma 7 dell'articolo 15, lasciando immutati i precedenti limiti di affollamento pubblicitari stabiliti dalla Legge Mammì e modifiche seguenti (223/90 e 483/92) e richiamandosi esplicitamente alla Direttiva Comunitaria 97/36, apporta due chiarimenti interpretativi alla medesima legge Mammì:

alla lettera *a*) si chiarisce che gli affollamenti pubblicitari orari e giornalieri dei concessionari privati devono essere esplicitamente riferiti agli spot (articolo 8, comma 7, della legge n. 223/90 e successive modifiche);

alla lettera *b*) si chiarisce che, sempre con riferimento ai medesimi concessionari privati, le forme di pubblicità a cui applicare il limite aggiuntivo del 5 per cento (articolo 8, comma 9-bis della legge n. 223/90 e successive modifiche) sono esplicitamente quelle diverse dagli spot (e non solo, come invece veniva stabilito dalla medesima legge Mammì utilizzando una formulazione ambigua, le « forme di pubblicità come le offerte fatte direttamente al pubblico ai fini della vendita, dell'acquisto o del noleggio di prodotti oppure della fornitura di servizi »).

In sostanza, dunque, l'intervento normativo della Gasparri è riferito unicamente ad un chiarimento di ordine interpretativo che non ha alcun effetto aggiuntivo sugli affollamenti pubblicitari. Infatti:

a) non modifica di una virgola percentuale gli indici di affollamento pubblicitari (che sin dal 1992 sono regolati per i concessionari privati nazionali nel 15 per cento giornaliero e 18 per cento orario con riferimento agli spot più un ulteriore 5 per cento quotidiano per altre forme di pubblicità);

b) chiarisce definitivamente l'equivoco interpretativo per cui le altre forme di pubblicità a cui applicare il 5 per cento quotidiano aggiuntivo (si ripete, limite vigente a tutti gli effetti da dodici anni) sono quelle diverse dagli spot, superando così ogni definizione generica ed ambigua.

2. Un riepilogo cronologico della vicenda: perchè si è reso necessario un intervento sulle telepromozioni

a) Come già accennato, nel 1990 la legge Mammì come modificata dalla legge 483 del 1992, accogliendo la Direttiva Europea del 1989, stabiliva espressamente per i concessionari privati (non includendo in tale computo la concessionaria pubblica) l'esclusione dagli affollamenti orari delle forme di pubblicità come le offerte fatte direttamente al pubblico inserendole dunque nell'affollamento quotidiano e prevedendo espressamente per tali forme un limite quotidiano aggiuntivo del 5 per cento.

b) Nel 1993 un Decreto Ministeriale equiparava le telepromozioni agli spot ma veniva reputato illegittimo sia dalla sen-

tenza del TAR Lazio, sia dalla Corte di Giustizia Europea che parificava le telepromozioni alle forme di pubblicità come le offerte dirette al pubblico « sia sul piano spettacolare/rappresentativo (presenza di elementi comuni dati dalla spettacolarità, dalla conduzione di personaggi dello spettacolo, dalla prevalenza di richiami promozionali) sia sul piano cronologico (sono di « lungo corso » e richiedono più tempo rispetto agli spot) ».

c) Nel 1997 la Direttiva Europea n. 36 riconfermava il limite quotidiano aggiuntivo per le altre forme di pubblicità e la Legge Maccanico n. 249 non modificava le disposizioni sugli affollamenti pubblicitari.

d) Nel luglio 2001 l'Autorità per le Comunicazioni approvava un Regolamento sulla pubblicità chiedendo un chiarimento interpretativo sulla vicenda al Consiglio di Stato che interveniva a sua volta sulla vicenda con due pareri che propendevano per il reinserimento delle telepromozioni nel limite orario anziché in quello quotidiano, rendendo così di fatto inapplicabile il raggiungimento del limite di affollamento giornaliero del 20 per cento contenuto nella legge. Pareri evidentemente contrastanti non solo con lo spirito e la lettera della legge italiana ed europea ma anche con le citate sentenze del TAR e della Corte di Giustizia, la quale prevedeva peraltro espressamente che, in caso di dubbio interpretativo, prevalesse il contenuto della norma comunitaria.

e) Alla luce di tale complicazione interpretativa l'Autorità interveniva presso il legislatore dapprima con l'audizione presso le Commissioni riunite della Camera il 19 dicembre 2002 in cui il Commissario Sangiorgi chiedeva esplicitamente un intervento chiarificatore e, successivamente al Senato, con documento del maggio 2003, in cui riguardo le telepromozioni si affermava espressamente « sarebbe utile che il legislatore... intervenisse per quanto concerne le emittenti nazionali con un adeguamento pieno alla direttiva comunitaria ».

Conclusione: il legislatore, durante la prima lettura della legge al Senato, prendeva dunque atto di tale situazione e, non modificando sostanzialmente nulla di quanto già contenuto nella Mammì e nella Direttiva Comunitaria, chiariva nella direzione indicata dall'Autorità l'applicazione della norma sulle telepromozioni non introducendo alcun incremento del tetto di affollamento pubblicitario.

3. Perché il limite aggiuntivo quotidiano non è esteso alla concessionaria pubblica

È innanzitutto bene premettere il principio che alla RAI le telepromozioni non sono vietate ma, al contrario, sono assolutamente consentite. Sono invece differenti le modalità di conteggio: mentre per i privati dal 1992 esistono gli spot pubblicitari (e i relativi tetti del 18 per cento orario e 15 per cento giornaliero) e le altre forme di pubblicità (a cui è concesso un tetto giornaliero aggiuntivo del 5 per cento), per la concessionaria pubblica è invece concepito un unico affollamento pubblicitario per tutte le forme di pubblicità a cui riferire i relativi limiti (12 per cento orario e 4 per cento settimanale).

La disciplina pubblicitaria della RAI è inoltre stabilita non solo su base legislativa ma anche in forza della Convenzione ventennale Stato - RAI (l'ultima redatta nel 1994 e che varrà fino al 2014) che assegna alla concessionaria pubblica risorse e compiti propri del servizio pubblico finanziati dal canone: è evidente che tale disciplina è fondata sul riconoscimento di un sistema di finanziamento misto canone-pubblicità e, dunque, su un regime di affollamento pubblicitario più ridotto di quello dei privati.

Vi è anche da osservare che nell'annosa vicenda delle telepromozioni, riassunta brevemente nel punto precedente, nessun passaggio legislativo o interpretativo ha mai inteso ammettere al servizio pubblico il beneficio di un tetto di affollamento aggiuntivo per le altre forme di pubblicità. Vi è infine da rilevare che la non sussi-

stenza per la RAI del limite di affollamento giornaliero (essa ha infatti un limite settimanale, peraltro ormai per prassi calcolato non sulla singola rete ma sul complesso della programmazione delle tre reti) renderebbe ardua e contraddittoria l'applicazione di un aggiuntivo limite quotidiano.

Conclusioni: l'intervento del legislatore, come si è visto, non ha inteso introdurre alcun elemento di modifica sostanziale sugli affollamenti pubblicitari ma, invece, ha mirato unicamente ad inserire chiarimenti in sede di definizione favorendo il riconoscimento delle medesime modalità applicative in essere in questi anni. L'introduzione di un elemento, sinora mai richiesto e mai applicato, di estensione dell'affollamento pubblicitario nei confronti della RAI rappresenterebbe invece una novità radicale negli assetti pubblicitari del settore confliggendo peraltro con

le missioni di servizio pubblico, con l'equilibrio di risorse canone-pubblicità, con lo spirito e la lettera delle norme e le conseguenti applicazioni di questi anni.

4. *Cenni sulle dimensioni economiche del settore delle telepromozioni*

Dalle rilevazioni di settore gli investimenti raccolti dalle telepromozioni (e dalle altre forme di offerte dirette al pubblico che rientrano nel limite di affollamento quotidiano e non orario) raccolgono ogni anno oltre 300 milioni di euro e, come appare evidente dalla tabella sottostante, hanno un andamento ed un incremento costante a riconferma di una prassi consolidata ed affermata nel settore. Ovviamente i dati sono riferiti all'intero settore dell'emittenza nazionale pubblica e privata (dove la RAI raccoglie tra il 20 e il 25 per cento del totale).

Anno	2000	2001	2002	2003 (*)
Investimenti in telepromozioni (e altre forme di offerte dirette al pubblico) in milioni di euro	310	320	310	295

Fonte: Nielsen

(*) Il dato 2003 si riferisce al periodo Gennaio-Novembre.