



Presidenza del Consiglio dei Ministri

DIPARTIMENTO PER L'INFORMAZIONE E L'EDITORIA

**DICHIARAZIONI PROGRAMMATICHE
DEL SOTTOSEGRETARIO DI STATO ANDREA MARTELLA**

COMMISSIONE AFFARI COSTITUZIONALI

SENATO DELLA REPUBBLICA

27 novembre 2019

INDICE

- 1. La crisi del sistema editoriale e il necessario cambio di paradigma a difesa del pluralismo*
- 2. Gli strumenti di sostegno alla filiera editoriale. Verso una legge di sistema (Editoria 5.0)*
- 3. La rete di distribuzione e vendita. Il presidio territoriale delle edicole*
- 4. Il diritto d'autore. Il recepimento della direttiva europea e la liberalizzazione dell'attività di intermediazione*
- 5. Il lavoro giornalistico. La libertà di stampa, il giusto compenso, la tutela previdenziale e la lotta al precariato*
- 6. Il sistema dell'informazione primaria. Le agenzie di stampa*
- 7. L'universalità del Servizio di spedizione postale e le agevolazioni tariffarie*
- 8. La tutela delle minoranze linguistiche e degli Italiani all'estero. La nuova Convenzione RAI*
- 9. Conclusioni*

Gentili Senatori,

sono qui per illustrarvi, secondo consuetudine, le linee-guida che ispireranno l'azione di governo, con riferimento agli ambiti di competenza che il Presidente del Consiglio ha ritenuto di affidarmi conferendomi la delega in materia di informazione ed editoria.

Devo innanzitutto segnalare, in premessa, che le dichiarazioni programmatiche che mi accingo a rendere in questa sede fanno seguito a un ampio ciclo di incontri con tutti i soggetti e le sigle associative del settore, che ho avviato -per ciascuno dei segmenti della filiera editoriale- fin dal giorno successivo al mio insediamento e anche alle dichiarazioni già rese nel mese di ottobre presso la Commissione Cultura della Camera dei Deputati.

È mia ferma convinzione, infatti, che qualunque determinazione di governo in un settore di interesse pubblico così rilevante per la tutela dell'ordinamento democratico, qual è quello dell'informazione, debba essere assunta con il pieno coinvolgimento del Parlamento e secondo un metodo partecipato e costantemente aperto al confronto con tutti gli *stakeholders* e con la società civile.

Questa scelta deve ritenersi parte integrante dei miei impegni programmatici, in quanto corrisponde a un metodo di lavoro che intendo assumere a criterio generale per lo svolgimento del mio mandato.

1. La crisi del sistema editoriale e il necessario cambio di paradigma a difesa del pluralismo

Il sistema editoriale attraversa da almeno un decennio una crisi finanziaria profonda, che ha ormai assunto caratteri strutturali, soprattutto per la stampa quotidiana e periodica.

A fronte di una diffusione dei quotidiani in Italia che si attestava a 5,5 milioni di copie nel 2007, sono oggi circa 2 milioni le copie giornaliere rilevate dagli ultimi dati FIEG.

In poco più di dieci anni sono andate perdute quasi due copie su tre, con una tendenza che non mostra segni di inversione.

Anche il mercato delle copie digitali, che pure era considerato in crescita, si è mostrato in affanno. Le copie digitali vendute nel 2018 hanno subito una flessione del 3,4% rispetto all'anno precedente, confermando un'incidenza del digitale ancora minima sui fatturati delle imprese editrici.

Sul fronte dei ricavi pubblicitari i segnali sono analoghi. Nell'ultimo decennio, il fatturato pubblicitario si è ridotto del 71,3% complessivo, ad un ritmo maggiore del 10% l'anno.

D'altra parte, non si è solo ristretto quantitativamente - in termini di valori economici assoluti - un settore industriale cruciale per qualunque democrazia occidentale, qual è quello dell'informazione, ma sono allo stesso tempo mutati i suoi connotati fondamentali.

Nell'arco di pochi anni, la “rivoluzione digitale” ha cambiato in profondità sia il modo di produrre l'informazione, sia le abitudini e le modalità di fruizione dei contenuti informativi da parte delle persone. Basti pensare al ruolo che il *web* e i *social networks* stanno giocando nel superamento della mediazione professionale del giornalista.

Oggi, milioni di individui entrano quotidianamente in contatto con un flusso enorme di informazioni, che essi stessi concorrono a loro volta a creare, senza alcuna possibilità di valutarne il livello di affidabilità e di riconoscerne univocamente l'origine.

Nel nuovo eco-sistema digitale, gli individui non sono solo consumatori e produttori di contenuti informativi, ma diventano essi stessi - attraverso la profilazione delle loro ricerche- “prodotto”, cioè informazione scambiata sul mercato dei *big data* per finalità commerciali.

Se a ciò si aggiunge la soverchiante dimensione economica sovranazionale delle piattaforme digitali sulle quali queste informazioni sono scambiate - i cosiddetti OTT (*Over The Top*) - è evidente che ci troviamo di fronte a uno scenario del tutto inedito, che pone un serio problema non solo per la qualità e il pluralismo dell'informazione, ma per la vita e la sopravvivenza stessa degli ordinamenti democratici.

È uno scenario che impone al legislatore e al pubblico decisore un radicale cambio di paradigma nell'approccio ai problemi dell'informazione. Un cambio di paradigma che non può che trovare fondamento e ispirazione nel richiamo ai valori costituzionali.

L'informazione è un bene collettivo primario indispensabile per il funzionamento delle istituzioni democratiche.

Nell'informazione si saldano due principi fondanti del nostro sistema costituzionale, che trovano pari tutela nell'articolo 21 della nostra Carta fondamentale: la libertà di pensiero e il pluralismo delle fonti.

La libertà di pensiero, intesa come il diritto di ciascuno di manifestare la propria opinione, è condizione necessaria e imprescindibile per la sopravvivenza di un regime democratico. Ma essa trova concreta espressione e garanzia solo nel pluralismo, cioè nella possibilità materiale per ciascun cittadino di formarsi, attraverso l'accesso a più fonti, un libero convincimento personale.

È il pluralismo dell'informazione ad assicurare la formazione di un'opinione pubblica libera e criticamente fondata e dunque a garantire le condizioni stesse per il mantenimento dell'ordinamento democratico.

Se è vero - come affermato dalla Corte Costituzionale - che “l’informazione esprime non tanto una materia, quanto una condizione preliminare per l’attuazione dei principi propri dello Stato democratico” (*sent. 29 del 1996*), è la difesa di questa “condizione preliminare” il punto fermo che deve orientare – oggi più che mai - l’azione del pubblico decisore in presenza dei profondi mutamenti economici e tecnologici ai quali stiamo assistendo.

Del resto, l’intervento pubblico a sostegno dell’editoria e del sistema dell’informazione non solo è giustificato, ma addirittura imposto al legislatore ai fini del rispetto del pluralismo, come la Corte ha ribadito con recente pronunciamento (*sent. 206 del 2019*).

Occorre, pertanto, una nuova cornice legislativa a tutela del pluralismo dell’informazione, che impedisca la formazione di posizioni dominanti e favorisca l’accesso e la sopravvivenza nel sistema editoriale del massimo numero possibile di voci diverse.

Serve una nuova legge che riconosca, secondo un approccio sistemico e integrato, le nuove e differenziate esigenze di sostegno di tutti i soggetti che partecipano alla filiera editoriale.

Mi riferisco, in primo luogo, a quella vasta e variegata rete di realtà editoriali locali che deve considerarsi - per volumi e diffusione - una fondamentale “infrastruttura” informativa del Paese. È l’editoria di prossimità, che dà voce e visibilità alle comunità territoriali, il primo livello di produzione dei contenuti editoriali. Ed è quello il primo ambito da presidiare attraverso adeguate misure di sostegno pubblico, anche diretto.

L’altro fronte di investimento verso il quale dovrà essere indirizzata l’azione di governo è costituito dai giovani.

I giovani devono essere posti al centro delle politiche di sostegno all'editoria e alla domanda di informazione professionale e di qualità, anche attraverso campagne di promozione della lettura e incentivi al consumo di prodotti editoriali. Vanno in questo senso le agevolazioni per l'acquisto di abbonamenti a giornali e periodici attraverso la card *18App* e quelli destinati alle scuole e ai singoli, che abbiamo proposto nell'ambito della legge di bilancio per il 2020.

Ma i giovani devono diventare anche il fulcro delle politiche di sostegno all'offerta, attraverso misure che incentivino la costituzione di *start up* editoriali innovative e ogni altra iniziativa imprenditoriale promossa da giovani.

In particolare ritengo indispensabile, anche ai fini della gestione delle vertenze occupazionali in essere, che tutti gli strumenti di incentivo economico alla ristrutturazione aziendale offerti dalla legge - a partire dai prepensionamenti già previsti dall'ordinamento vigente per i casi di crisi - siano in ogni caso condizionati a un effettivo *turnover* generazionale, cioè alla stabile assunzione di giovani, giornalisti o esperti con particolari competenze nelle nuove professioni dell'informazione (*data analysts, video makers, ecc.*).

È per questo che - con un apposito emendamento al disegno di legge di bilancio - abbiamo proposto che i piani di ristrutturazione delle imprese editoriali in crisi debbano comunque prevedere, in caso di esuberi di personale, a una quota significativa di *turnover* generazionale, nella misura almeno di una assunzione ogni due prepensionamenti assistiti da ammortizzatori sociali.

In ogni caso mi riserverò, nell'ambito delle mie prerogative e competenze, di attivare ogni iniziativa utile innanzitutto alla positiva risoluzione delle crisi occupazionali, ove possibile, ma anche alla verifica *ex post* della congruità ed efficacia degli incentivi pubblici eventualmente erogati alle imprese editrici ai fini delle ristrutturazioni aziendali.

Allo stesso modo, ritengo che occorra tutelare i giovani che si affacciano alla professione giornalistica dal rischio di permanente precarizzazione al quale sono oggi esposti, anche per effetto delle basse tutele contrattuali di cui godono. Così come occorre proteggerli dalla perdita di valore della loro prestazione, in un mercato sempre più dominato dalla svalutazione del lavoro giornalistico professionale e dalla generalizzata gratuità dei contenuti informativi offerti in rete. Anche a questo fine, ho tempestivamente provveduto a ricostituire, con decreto, la “Commissione sull’equo compenso nel lavoro giornalistico” prevista dalla legge n. 233 del 2012, disponendone la convocazione per il 4 dicembre prossimo.

Infine, per la tenuta economica e occupazionale del settore editoriale è indispensabile dare certezza e stabilità al quadro legislativo.

Il sistema editoriale ha bisogno di norme funzionali alle sfide della modernizzazione e, nondimeno, di un investimento pubblico di risorse stabile e dimensionato sugli obiettivi e i valori costituzionalmente protetti. Il cambio di paradigma necessario passa anche attraverso la certezza e l’adeguatezza dell’investimento pubblico.

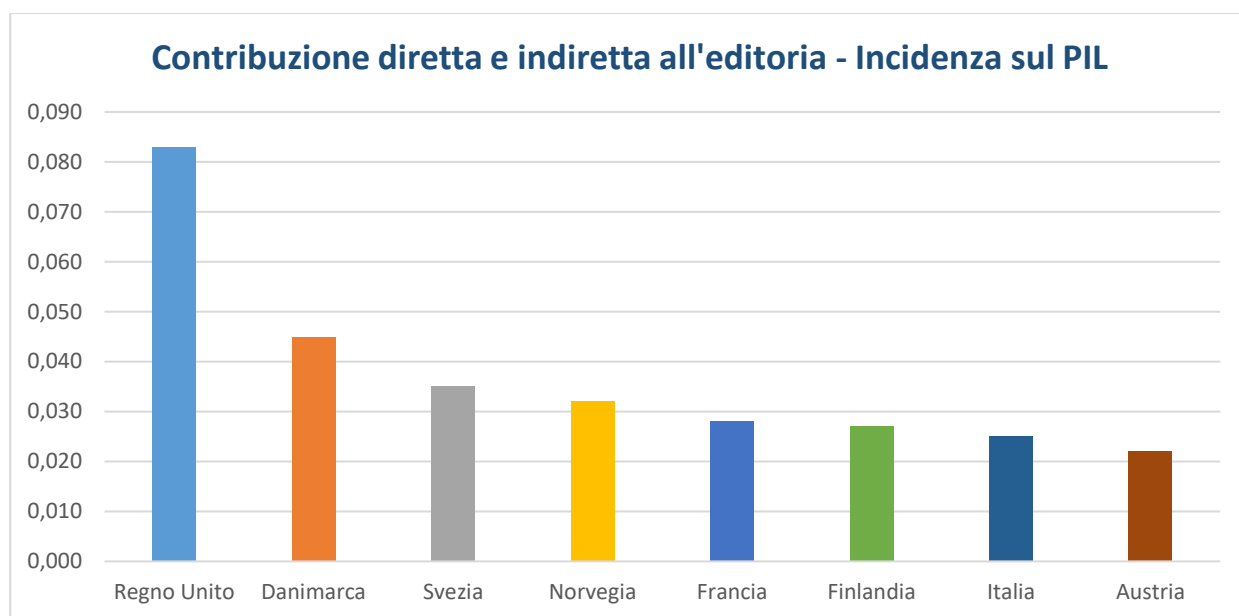
A questo proposito, giova ricordare che il nostro Paese ha un livello di investimento pubblico nell’editoria tra i più bassi in Europa.

Contribuzione diretta all’editoria <i>(v.a. e pro capite)</i>			
Paese	Valore assoluto (€)	Popolazione	Valore pro capite (€)
Danimarca	54.769.448	5.743.000	9,54
Norvegia	35.739.321	5.258.000	6,80
Svezia	53.931.246	9.995.000	5,40
Francia	119.400.000	66.077.000	1,81
Finlandia	8.000.000	5.503.000	1,45
Italia	66.500.000	60.059.000	1,11
Austria	8.863.000	8.773.000	1,01

Tab. 1 – *Elaborazione del Dipartimento per l’informazione e l’editoria - PCM (valori 2018)*

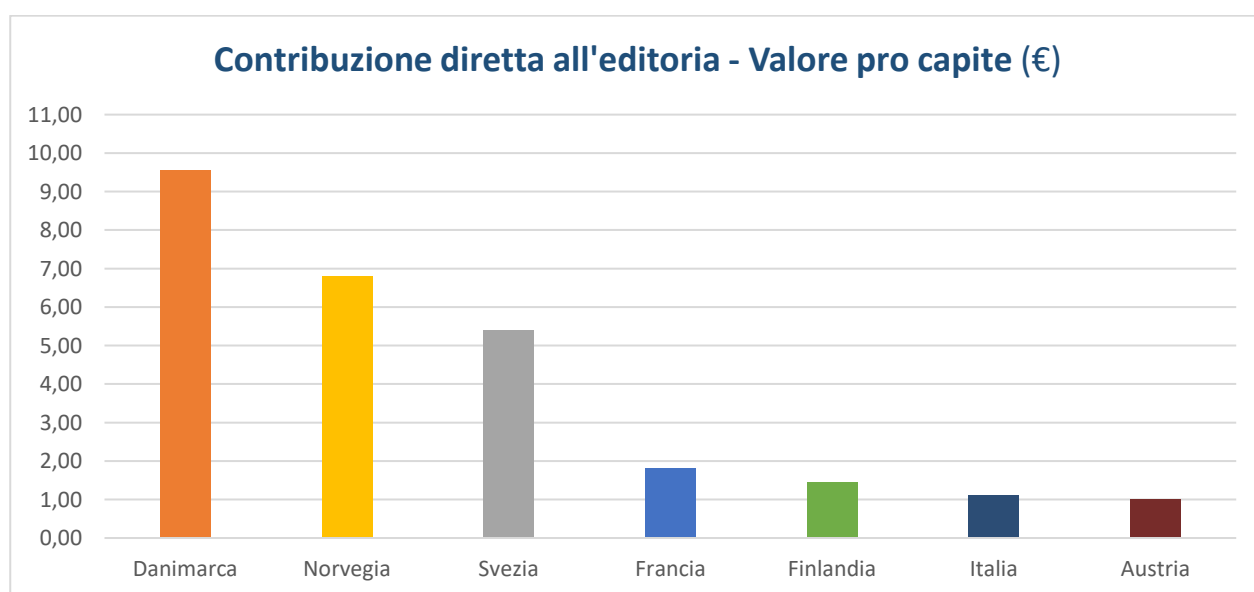
Il valore della contribuzione diretta al sistema editoriale ammonta in Italia a 1,1 euro a persona, contro i 9,5 euro della Danimarca e i 5,4 euro della Svezia.

Nel complesso, ai soggetti ammessi alla contribuzione diretta - che nel nostro ordinamento, è bene ricordarlo, sono prevalentemente testate giornalistiche locali e giornali diocesani - nel 2018 erano destinati 66,5 milioni di euro, a fronte dei circa 120 milioni di euro della Francia.



Tab. 2 – *Elaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria - PCM (valori 2018)*

In termini di incidenza sul prodotto interno, si tratta di una spesa pari circa allo 0,02 per cento del PIL.



Tab. 3 – *Elaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria - PCM (valori 2018)*

2. Gli strumenti di sostegno alla filiera editoriale. Verso una legge di sistema (Editoria 5.0)

La disciplina che regola l'intervento dello Stato nel settore dell'editoria è il frutto di una stratificazione di norme che si sono succedute negli anni, a partire dall'ultima legge organica, che nel 1981 aveva disposto il riordino delle misure di sostegno economico di tipo diretto (contributi) e indiretto (riduzioni tariffarie, agevolazioni fiscali e forme di credito agevolato) alle imprese della filiera editoriale (*L. n. 416/1981*).

Da allora, il legislatore è intervenuto più volte su questo insieme di misure, con interventi, anche di diversa ispirazione, che hanno mutato frequentemente sia il perimetro, sia l'allocazione dell'investimento pubblico tra i due tipi di misure.

Ne è derivata una condizione di instabilità del quadro legislativo e di incertezza sulle risorse disponibili che ha in molti casi condizionato la stessa efficacia dell'intervento pubblico.

Come richiamato dalla Corte Costituzionale con la citata sentenza del luglio 2019, “le imprese editrici, da un lato, sono destinatarie di norme che le vedono come titolari di diritti rispetto all'allocazione delle risorse in questione; dall'altro, sono esposte al rischio di un parziale o addirittura totale taglio delle risorse stesse. Il sistema è dunque affetto da una incoerenza interna, dovuta a scelte normative che prima creano aspettative e poi autorizzano a negarle.” (*sent. 206 del 2019*).

Oggi, questa esigenza di riordino e stabilizzazione della legislazione nel settore dell'editoria non è più differibile.

Si tratta di una sfida difficile, ma anche dell'occasione per cogliere tutte le opportunità offerte da una congiuntura politica e istituzionale per molti versi unica e particolarmente favorevole al cambiamento.

Il consolidamento dei processi di trasformazione digitale del sistema editoriale, da un lato, e l'esperienza maturata in questi anni attraverso l'azione dei governi che si sono succeduti, dall'altro, consentono oggi di riconsiderare complessivamente il modello di intervento pubblico, selezionando gli strumenti più efficaci, differenziandoli secondo la natura dei soggetti beneficiari e integrandoli tra loro secondo un nuovo approccio sistemico.

Questo quadro rende oggi possibile una riforma complessiva dell'intero quadro legislativo e regolatorio, che recepisca il necessario cambio di paradigma nel sostegno pubblico all'editoria.

In altri termini, occorre una nuova legge di sistema per l'editoria, per qualche verso paragonabile per impatto a Industria 4.0. Una legge che potremmo definire Editoria 5.0.

In questo contesto deve essere innanzitutto ridefinito e stabilizzato il sistema della contribuzione diretta. Il differimento di un anno dei termini già previsti dalla legislazione vigente per la riduzione dei contributi diretti all'editoria - che abbiamo inserito nel disegno di legge di bilancio per il 2020 - è finalizzato proprio a ridisegnare, in tempi ragionevoli, questo sistema di sostegno, all'esito di un confronto con il Parlamento e con tutti i soggetti coinvolti. L'obiettivo è quello di dare stabilità e certezza alla contribuzione diretta, una forma di sostegno presente – come visto - in tutti i principali Paesi, che in linea con i recenti pronunciamenti della Corte Costituzionale deve essere mantenuta.

In secondo luogo, occorre intervenire sulla cosiddetta *digital disruption* con interventi che stimolino la trasformazione digitale di tutte le imprese della filiera editoriale, senza abbandonare il sostegno alla produzione cartacea. L'obiettivo deve essere quello di valorizzare l'integrazione dei supporti cartaceo e digitale, anche attraverso appositi incentivi fiscali combinati, e di favorire progetti innovativi di R&D.

In questo contesto, ha un'importanza cruciale l'investimento nelle persone e nella formazione di nuove professionalità.

Inoltre, è necessario introdurre nell'ordinamento forme adeguate di sostegno della domanda di informazione professionale e di qualità, anche in funzione di contrasto alle *fake news* e di promozione della lettura presso le nuove generazioni. Vanno in questo senso gli incentivi all'acquisto di abbonamenti a giornali e periodici previsti dal disegno di legge di bilancio 2020, che intendiamo destinare alle scuole che adottano programmi per la promozione della lettura critica e l'educazione ai contenuti informativi.

Allo stesso modo, occorre intervenire sulla rete di distribuzione e vendita, così come sul sistema complessivo della contribuzione indiretta.

3. La rete di distribuzione e vendita. Il presidio territoriale delle edicole

Nel caso dell'editoria la necessità di disporre di un'efficiente rete di distribuzione e vendita non risponde soltanto a esigenze economiche.

Assicurare la capillare distribuzione della vendita di giornali e di altri prodotti editoriali in tutti i centri abitati, attraverso un servizio ad effettiva copertura universale, significa garantire un presidio territoriale essenziale per la qualità della democrazia.

Bassa integrazione di processo, generale arretratezza tecnologica e, non da ultimo, un'elevata conflittualità tra i diversi livelli della filiera hanno determinato disomogeneità territoriali e squilibri economici, a danno soprattutto degli edicolanti.

Oggi, la modernizzazione e l'integrazione della filiera editoriale è un'esigenza non più differibile.

Occorre recuperare efficienza collegando in un unico *network* editori, distributori e rivenditori, in modo da fornire in tempo reale, a tutti gli operatori della filiera, le informazioni di cui hanno bisogno.

È singolare che ancora oggi gli strumenti informatici necessari a programmare e gestire in modo efficiente la produzione e la distribuzione dei giornali sul territorio siano presenti “a macchia di leopardo”, affidati all’iniziativa di singoli operatori o di singole associazioni di categoria.

L’assenza di un sistema unico ed integrato pesa fortemente sull’efficienza della filiera, ed impedisce agli stessi editori di programmare la produzione e la distribuzione dei loro prodotti con criteri che tengano conto dell’esigenza imprescindibile di abbattere le rese.

Un tempo l’edicola era uno dei riferimenti principali della vita civile. Insieme alla farmacia e all’ufficio postale rappresentava, soprattutto nei piccoli centri, uno dei fulcri della socialità quotidiana. Oggi questo riferimento è sempre meno presente e visibile nelle nostre città.

Nel 2001 le edicole vere e proprie - cioè i chioschi e i negozi che vendevano esclusivamente giornali, riviste e altri prodotti editoriali - erano più di 36 mila. Alla fine del 2018 anno quel numero era sceso a 15.000. Significa che in 18 anni sono scomparse dalle nostre città ben 21 mila edicole. Siamo passati da un’edicola ogni 1.550 abitanti a una ogni 4.000 residenti.

Le edicole non sono solo un presidio fisico sul territorio. Sono anche e soprattutto un bene immateriale. Assicurando la distribuzione democratica dell’informazione su base plurale e universale, le edicole svolgono innegabilmente una funzione di interesse pubblico, che merita di essere riconosciuta sia pure in un contesto profondamente mutato qual è quello attuale.

Oggi occorrono, innanzitutto, interventi per favorire l’informatizzazione, per sostenere forme nuove di commercializzazione dei prodotti editoriali, per riavvicinare i cittadini alle edicole, attraverso un’offerta nuova e diversificata.

Vanno in questo senso alcune misure introdotte recentemente nell'ordinamento. In particolare, la norma che riconosce ai punti vendita "esclusivi", anche in ragione della loro presenza capillare sul territorio nazionale, la possibilità di svolgere l'intermediazione di servizi a valore aggiunto a favore delle amministrazioni territoriali, delle aziende sanitarie locali, delle aziende di trasporto pubblico e delle aziende di promozione turistica" (*art. 64-bis, D.L. n. 50/2017*).

A questo proposito, merita attenzione un progetto avviato sulla base di un protocollo d'intesa con l'Anci. È il progetto orientato a consentire alle edicole di vendere anche servizi anagrafici, dando ai cittadini la possibilità di richiedere e ritirare certificati di nascita, morte e residenza senza recarsi in circoscrizione. Un'iniziativa che - all'esito della sperimentazione che si sta svolgendo in alcune città pilota (per esempio Firenze, Genova, Torino e da ultimo Roma) - potrebbe essere sviluppata ed estesa a tutto il territorio nazionale.

Un'altra recente misura di incentivo che il Governo intende sviluppare è quella introdotta, nell'ambito della legge di bilancio 2019, il cd *tax credit* per le edicole (*art. 1, cc.806-808, L. n. 145/2018*).

Si tratta di un credito d'imposta pari a 2 mila euro annui in favore di ciascun esercente l'attività di vendita dei giornali, che può essere utilizzato per compensare non solo le imposte locali pagate (IMU, TASI, COSAP e TARI), ma anche il canone di locazione.

È una misura ancora sperimentale, che necessita di essere ampliata e meglio calibrata, ma che intendiamo senz'altro stabilizzare a decorrere dal 2021, al termine del primo biennio di applicazione.

In particolare, già attraverso la prossima legge di bilancio puntiamo a ottimizzare l'uso delle risorse in bilancio (17 milioni di euro per l'anno 2020), disponendo il recupero e il reinvestimento nello stesso *tax credit* dei risparmi che saranno verosimilmente conseguiti nel 2019, per effetto del *gap* di conoscenza che la nuova misura ancora sconta presso gli edicolanti.

Inoltre, ferma restando la prioritaria assegnazione del *bonus* fiscale agli edicolanti puri, prevediamo di estendere l'agevolazione per il pagamento del canone di locazione a tutti i rivenditori, anche a quelli (oggi esclusi) per i quali l'attività commerciale non rappresenti l'unico punto vendita al dettaglio di giornali nel comune di riferimento.

Un altro fronte che necessita di adeguata regolazione è quello che riguarda i rapporti economici tra i soggetti della filiera distributiva.

È da valutare positivamente la norma introdotta nel 2017 che ha fatto obbligo alle imprese di distribuzione territoriale dei prodotti editoriali di garantire a tutti i rivenditori l'accesso alle forniture a parità di condizioni economiche e commerciali e di assicurare forniture adeguate a soddisfare le esigenze dell'utenza del territorio. Così come il divieto per le imprese di distribuzione di condizionare le forniture a servizi, costi o prestazioni aggiuntive a carico del rivenditore, ovvero di rifiutare la restituzione delle pubblicazioni fornite in eccesso.

Anche in questo caso, l'azione di governo dovrà essere orientata a rendere più incisiva ed efficace l'integrazione degli operatori economici, attraverso interventi concertati con tutti gli attori del sistema, in grado di dare alla filiera un assetto più equilibrato dei rapporti tra le sue componenti e di renderla più aperta, efficiente e competitiva.

4. Il diritto d'autore. Il recepimento della direttiva europea e la liberalizzazione dell'attività di intermediazione

Tra le funzioni che mi sono state delegate dal Presidente del Consiglio dei Ministri rientra anche la tutela del diritto d'autore, cui si affianca la funzione di vigilanza sulla Società italiana degli autori ed editori (SIAE), che è a tutt'oggi la principale società di intermediazione e gestione dei diritti d'autore.

Il quadro giuridico sul diritto d'autore è centrale per la promozione della creatività, dell'innovazione e per l'accesso alla conoscenza e all'informazione.

Ed è a maggior ragione rilevante per un Paese come l'Italia in cui l'industria della cultura e della creatività rappresenta circa il 3 per cento del PIL e il 4 per cento della forza lavoro.

Oggi, nella particolare congiuntura economica, politica e istituzionale che l'Italia e l'Europa stanno attraversando, la questione del diritto d'autore e della sua concreta protezione nel mercato digitale assume una rilevanza giuridica ed economica sistemica e, per molti aspetti, storica.

Un impatto significativo su questo comparto è destinato a venire dall'attuazione della nuova Direttiva europea sul *copyright* in vigore dal luglio 2019.

La nuova disciplina comunitaria nasce dall'esigenza ormai indifferibile di affrontare - per la prima volta su scala continentale - i radicali mutamenti indotti dalla trasformazione digitale nel mercato dei contenuti protetti da diritti d'autore.

Il suo fine è quello di riequilibrare la distribuzione del valore fra autori, giornalisti ed editori da una parte, e le grandi piattaforme di condivisione *online* dall'altra, in primo luogo attraverso l'affermazione del principio di adeguata e proporzionata remunerazione dei contenuti editoriali. Ma non potrà trascurarsi, in sede di attuazione, anche il problema della trasparenza degli algoritmi di indicizzazione utilizzati dagli aggregatori di notizie e dai motori di ricerca.

L'adozione nel luglio scorso della nuova disciplina europea del *copyright*, per un verso, e l'imminente implementazione di un sistema europeo di tassazione - la cd *web tax* - destinato a far emergere le basi imponibili derivanti dalle attività delle piattaforme digitali, per altro verso, offrono ai singoli Stati nuove opportunità di intervento, ma pongono anche sfide complesse che i Governi e i legislatori nazionali devono essere in grado di interpretare con il necessario equilibrio.

Gli Stati membri dovranno recepire la Direttiva sul *copyright* entro 24 mesi dalla sua entrata in vigore, ovvero entro il 7 giugno 2021.

L'Italia intende farlo tempestivamente - già attraverso la prossima legge di delegazione europea che sarà presto presentata alle Camere - ricercando il miglior bilanciamento possibile tra la libertà di espressione individuale e la tutela della qualità e del pluralismo dell'informazione, anche attraverso la giusta remunerazione dei contenuti editoriali.

In particolare dovrà essere concretamente disciplinato, con il necessario equilibrio l'esercizio del nuovo diritto connesso introdotto dalla Direttiva europea, cioè il diritto degli editori a tutelare le pubblicazioni di carattere giornalistico in caso di utilizzo *online* da parte dei prestatori di servizi della società dell'informazione.

Un altro importante profilo che dovrà essere affrontato in sede di recepimento della Direttiva è quello della responsabilità dei “prestatori di servizi di condivisione di contenuti *online*” per l'utilizzo di contenuti protetti. Per la prima volta, la disciplina europea prevede che questi soggetti rispondano della liceità dei contenuti caricati dagli utenti, sia pure con una responsabilità mitigata e declinata secondo un principio di proporzionalità.

Nel frattempo, nelle more dell'attuazione del nuovo regime normativo e fiscale europeo, l'Italia punta ad accrescere le risorse destinate al sistema dell'informazione, attraverso la misura nazionale di tassazione sulle intermediazioni finanziarie, la cd *Digital tax* prevista dal disegno di legge di bilancio per il 2020. Avevamo proposto che una quota del gettito di tale imposta - pari al 5 per cento, entro il limite massimo di 20 milioni di euro annui - fosse strutturalmente riservata all'alimentazione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione nel sistema editoriale, quale prima misura di “compensazione” per la *digital disruption* che ha colpito il sistema editoriale negli ultimi anni. Questa proposta non ha potuto essere recepita nell'ambito della nuova *Digital tax* perché il nuovo regime fiscale è ancora oggetto di un tentativo di armonizzazione a livello OCSE. Se a questo livello non si raggiungerà un accordo, il tema sarà affrontato dalla nuova Commissione europea, in via normativa o attraverso la cooperazione rafforzata.

A prescindere da quale sarà l'esito del confronto in atto, continueremo a ritenere significativa l'introduzione di una riserva di gettito sulla *Digital tax*, non solo per l'impatto finanziario che avrebbe sul sistema del sostegno pubblico all'editoria, ma anche e soprattutto come segnale culturale.

Pur in mancanza di questa misura, la legge di bilancio ha comunque attribuito al Fondo per il pluralismo la stessa quantità di risorse aggiuntive (20 milioni di euro annui), ai fini del finanziamento della nuova agevolazione alle scuole per l'acquisto di abbonamenti a giornali, periodici e riviste, cartacei e/o digitali.

Quanto alla funzione di vigilanza sulla Società italiana degli autori ed editori (SIAE), ricordo che al momento rimane la principale società di *collecting*. I dati ad essa relativi mostrano l'oggettiva rilevanza dell'ente: oltre 87mila autori ed editori iscritti, oltre 62 milioni di opere tutelate e 559 milioni di euro di compensi di diritto d'autore erogati nel 2017.

Le attività di intermediazione del diritto d'autore sono state oggetto di un significativo intervento di liberalizzazione, attraverso il decreto legislativo n. 35 del 2017. In quel contesto sono stati indicati i criteri generali ai quali deve essere improntata l'attività di *collecting*.

Oggi, nella nuova cornice legislativa, occorre garantire al settore adeguate tutele che non creino condizioni di svantaggio in particolare per i soggetti che, operando in settori di nicchia, in un mercato liberalizzato potrebbero risultare meno «appetibili».

A questo proposito auspico che il Parlamento possa esaminare quanto prima le proposte di legge, tuttora pendenti, in materia di intermediazione e gestione dei diritti d'autore.

5. Il lavoro giornalistico. La libertà di stampa, il giusto compenso, la tutela previdenziale e la lotta al precariato

Le nuove modalità di produzione e fruizione dei contenuti informativi rischiano di svalutare il lavoro giornalistico professionale. Ma a condizionare la libertà e l'indipendenza del lavoro giornalistico sono anche altri fattori, non meno rilevanti. Tra tutti, le “querele-bavaglio” e l'estesa e crescente precarizzazione delle prestazioni di lavoro.

Le intimidazioni ai giornalisti sono un fenomeno in allarmante crescita nel mondo, non solo nei regimi illiberali e non solo nei teatri di conflitto.

Secondo gli ultimi dati Unesco, nel 2018 sono stati 1.010 i giornalisti uccisi, dei quali una larghissima parte (il 93%) era costituita da cronisti locali, da professionisti che raccontavano la vita e le difficoltà delle comunità in cui abitavano, denunciando i traffici e il malaffare che le inquinavano.

Anche in Italia, come in altre società democratiche e aperte, gli episodi di intimidazione o violenza ai danni di giornalisti si stanno moltiplicando, raggiungendo settori e aree del Paese fino a pochi anni fa immuni dal fenomeno.

Secondo i dati diffusi dall'osservatorio congiunto dell'FNSI e dell'Ordine dei Giornalisti, tra il 2006 e il 2018 sono stati oltre 3.700 i giornalisti vittime di gravi episodi in Italia. Ed è cresciuto anche il numero dei giornalisti costretti a vivere sotto la protezione dello Stato (oggi ben 22). Si tratta di professionisti colpiti per il solo fatto di fare il loro mestiere, per il loro sforzo di illuminare periferie e territori in cui prospera la criminalità organizzata, alimentando con la loro testimonianza la speranza di un futuro migliore per intere comunità. Sono numeri allarmanti e in costante crescita, che segnalano tuttavia anche un problema più profondo.

Un'altra minaccia deriva dall'utilizzo intimidatorio delle querele per diffamazione.

Oggi moltissimi professionisti sono intimiditi attraverso l'arma della “querela-bavaglio” e della richiesta di esosi risarcimenti in sede civile.

Non c'è dubbio che, sotto questo profilo, esistono nel nostro ordinamento criticità che il legislatore deve superare, se non si vogliono lasciare gli operatori dell'informazione e i cittadini privi di un quadro di regole certo e adeguato ai nostri tempi.

Ma la risposta non può essere quella della repressione penale. Serve semmai un sistema di sanzioni civili più congruo e adeguato ai nuovi mezzi di informazione, accompagnato da un rafforzamento del codice deontologico e da una maggiore responsabilizzazione di tutti i soggetti coinvolti nella produzione di contenuti giornalistici, dal direttore all'editore.

Su questi temi è tuttora in corso un dibattito parlamentare proprio a partire dal Senato, con varie proposte di legge presentate in materia. È responsabilità del legislatore e del pubblico decisore quella di trovare il punto di equilibrio tra diritto di cronaca e tutela della dignità delle persone, respingendo con fermezza ogni intervento legislativo animato da spirito punitivo.

A rendere meno libera la stampa italiana sono anche la bassa remunerazione e la diffusa precarietà nel lavoro giornalistico.

La qualità e l'affidabilità dell'informazione si difendono anche contrastando il processo di progressiva precarizzazione del lavoro giornalistico. Un fenomeno che, per ampiezza e qualità, ha trasformato in strutturale il fenomeno del precariato nelle redazioni.

Personalmente, sono convinto che, per assicurare i necessari *standard* di qualità all'informazione professionale occorre riconoscere a tutti i giornalisti un equo compenso per la loro prestazione, da individuarsi secondo criteri certi e condivisi.

In generale ritengo importante che si apra, anche a questi fini, una nuova stagione di relazioni industriali all'intero del settore.

Per quanto mi riguarda, provvederò a breve a reinsediare la Commissione sull'equo compenso prevista dalla legge, confidando che si possa giungere entro tempi ragionevoli all'attesa regolamentazione dei compensi giornalistici.

La dignità del lavoro giornalistico e la qualità dell'informazione si difendono anche riconoscendo la giusta remunerazione ai contenuti editoriali che le piattaforme digitali oggi utilizzano gratuitamente, ricavandone enormi profitti.

So bene che la questione della difesa della proprietà intellettuale è stata, negli ultimi anni, terreno di scontro, anche politico, in ragione dei diversi interessi contrastanti, ma credo che questo tema sia essenziale per preservare la certezza di un principio fondamentale qual è quello della giusta remunerazione del lavoro.

Allo stesso modo, non possiamo rinunciare a combattere con ogni strumento efficace l'odioso fenomeno della pirateria, così come l'uso e la diffusione illegali degli stessi contenuti, prodotti dalle imprese editoriali.

La difesa del lavoro giornalistico passa anche attraverso la sua effettiva tutela previdenziale e, in particolare, attraverso la garanzia della sostenibilità delle prestazioni. In questo senso, valuto positivamente le misure recentemente introdotte dal legislatore per favorire il riequilibrio finanziario dell'Istituto Nazionale di Previdenza dei Giornalisti (INPGI) e garantirne la sostenibilità economico-finanziaria nel medio e lungo periodo, anche attraverso l'ampliamento della platea contributiva (*art. 16-quinquies del D.L. n. 34 del 2019*).

Per quanto di mia competenza, assicuro la massima attenzione del Governo nel monitoraggio di questo processo, consapevole della rilevanza che l'autonomia e la solidità finanziaria dell'Istituto rivestono ai fini dell'indipendenza della professione giornalistica.

Infine, occorre ricordare come la precarizzazione del lavoro giornalistico sia riconducibile, almeno in parte, ad un utilizzo improprio dell'istituto della collaborazione coordinata e continuativa, che l'ordinamento vigente oggi ammette per tutte le professioni ordinistiche.

Personalmente ritengo che questa sia per il settore giornalistico una criticità da affrontare, anche mediante un apposito tavolo di confronto sul ruolo e il perimetro dei contratti collettivi.

6. Il sistema dell'informazione primaria. Le agenzie di stampa

Nell'ambito delle competenze che mi sono state delegate dal Presidente del Consiglio rientra anche il sistema dell'informazione primaria, rappresentato dal comparto delle agenzie di stampa.

Si tratta di un tema di estrema rilevanza, che pone delicati problemi tecnico-giuridici e di compatibilità costituzionale con l'ordinamento statale ed europeo, che ritengo indispensabile affrontare e portare a soluzione nel corso del mio mandato.

A monte dell'intera filiera giornalistico-editoriale, l'informazione primaria, pluralista e di qualità deve ritenersi un vero e proprio bene pubblico, la cui produzione è indispensabile per la collettività e per il corretto funzionamento di una libera società democratica.

Oggi, il comparto delle agenzie di stampa è duramente segnato dalla difficile congiuntura economica e finanziaria che sta attraversando l'intero sistema editoriale. La produzione d'informazione primaria professionale tende a non essere più garantita in misura sufficiente dal mercato, in conseguenza alla sempre minore convenienza ad investire da parte dei privati.

I costi di produzione restano infatti elevati, per la necessità di destinare risorse ad un'adeguata copertura dell'informazione diretta, al *fact-checking* e all'equa retribuzione dei giornalisti.

Le difficoltà economiche proprie del comparto delle Agenzie di stampa sono a loro volta accentuate dalle criticità a valle della filiera, ovvero dalle difficoltà che incontrano le testate giornalistiche a coprire i costi di produzione editoriale e quindi anche quelli di acquisizione dei servizi di agenzia.

D'altra parte, la natura di bene pubblico dell'informazione primaria non solo giustifica, ma implica necessariamente un intervento statale. E' quanto accade nella maggior parte dei Paesi europei ed extraeuropei, che sostengono il comparto delle agenzie di stampa con una molteplicità di strumenti: committenza pubblica, proprietà statale, finanziamento pubblico nell'ambito della disciplina europea dei Servizi di interesse economico generale (SIEG), ecc.

A prescindere dalle forme di sostegno in concreto scelte, il principio che ritengo indispensabile assumere, a fondamento di ogni scelta, è che il servizio di informazione primaria non può essere considerato alla stregua di qualunque altro bene o servizio acquisito sul mercato.

A parità di requisiti di qualità e affidabilità, ogni servizio di informazione primaria contiene, in ragione del filtro socio-culturale e geografico che esprime, caratteristiche di originalità e unicità che lo differenziano dagli altri.

In Italia il comparto delle agenzie di stampa si caratterizza per un elemento che non trova riscontro negli altri Paesi europei: un numero elevato di agenzie nazionali, delle quali nessuna di proprietà pubblica.

In pochi altri Paesi esiste più di un'agenzia nazionale; la realtà più diffusa è quella di monopolio o oligopolio, oltre tre quarti delle grandi agenzie presenti sono pubbliche o di proprietà pubblica e la competizione interna avviene principalmente con le agenzie internazionali.

In tale peculiare contesto, com'è noto, la Presidenza del Consiglio provvede ad acquistare da più agenzie di stampa, in maniera centralizzata e nel rispetto del pluralismo dell'informazione, i servizi informativi per tutte le amministrazioni dello Stato, svolgendo il ruolo di "centrale di committenza" per espressa indicazione normativa, in attuazione di quanto disposto dalla legge (*L. n° 237/1954; art. 55, c. 24, L. n° 449/1997*).

I servizi acquistati soddisfano il fabbisogno di informazione primaria espresso dalle amministrazioni e permettono a migliaia di utilizzatori, in un contesto sempre più mutevole e complesso, di agire tempestivamente ed intervenire in maniera informata e consapevole dell'attualità.

Oggi, le modalità attraverso le quali la Presidenza del Consiglio provvede ad acquisire i servizi di agenzia sono necessariamente vincolate dalle norme vigenti e si collocano nell'ambito del perimetro di applicazione del Codice dei contratti pubblici (*D.Lgs n. 50/2016*), che ha tra i principi generali quello di garantire l'economicità e la trasparenza negli acquisti delle pubbliche amministrazioni attraverso procedure competitive.

Questo quadro normativo, tuttavia, quando applicato ai servizi di agenzia di stampa, fa emergere vistose criticità.

L'utilizzo di procedure di affidamento che, per loro natura, sottendono l'individuazione del miglior fornitore tra servizi pienamente comparabili, non dovrebbe ritenersi compatibile con l'esigenza di necessaria garanzia del pluralismo informativo, che richiede al contrario la compresenza di più fornitori di contenuti, ciascuno caratterizzato da un'originalità e un punto di vista differente.

Per comprendere appieno gli attuali termini della questione, è utile richiamare brevemente la recente evoluzione nelle modalità di acquisto dei servizi di agenzia da parte della Presidenza del Consiglio.

Nel periodo antecedente la riforma del Codice dei Contratti pubblici, i servizi di agenzia venivano acquisiti tramite procedure negoziate senza previa pubblicazione del bando di gara, in virtù di una deroga, prevista dal previgente Codice, relativa ai servizi tutelati da diritto d'autore, che erano considerati infungibili.

In seguito al recepimento delle Direttive europee e alla conseguente riforma del Codice, dall'ottobre 2017 i servizi di agenzia sono stati acquisiti a seguito di procedure competitive aperte di rilevanza europea, in quanto il mutato quadro normativo non consente più la deroga al principio generale della gara ed in particolare non considera più la presenza del diritto d'autore quale elemento sufficiente di infungibilità dei servizi. La conseguente scelta di procedere alla pubblicazione del bando di gara, orientata anche da un parere reso all'epoca dall'ANAC, ha consentito l'ingresso di nuovi operatori, l'aumento della trasparenza nell'aggiudicazione dei contratti e, grazie ai requisiti formalizzati nello stesso bando di gara, la stabilità occupazionale per un triennio per 913 giornalisti. Al fine di rispettare il principio del pluralismo e favorire la partecipazione di operatori di dimensioni differenti, la gara era stata articolata in lotti di diverse dimensioni, con il vincolo che ciascuna Agenzia concorrente non potesse aggiudicarsi più di un lotto.

La procedura del 2017 ha portato alla stipula di 15 contratti, stipulati con 11 diverse agenzie di stampa, che permettono di assicurare complessivamente 11.900 licenze a n. 43 amministrazioni dello stato, delle quali n.9 con articolazioni territoriali. L'impegno finanziario complessivo per il Dipartimento per l'informazione e l'editoria è di 46,3 milioni di euro, un investimento significativo che si è mantenuto pressoché stabile nel tempo e che, oltre ad assicurare alle amministrazioni servizi di agenzia di stampa pluralistici e specializzati, costituisce un importante fonte di sostentamento per il settore.

I contratti, tuttora in essere fino al 31 marzo 2020, possono essere rinnovati fino al 30 settembre 2020, ed il loro valore è dettagliato nella tabella allegata:

LOTTO	AGENZIA	CORRISPETTIVO SU BASE ANNUA IVA INCLUSA
GARA ITALIA		
LOTTO 1	ADN KRONOS	7.962.246,86
LOTTO 2	ANSA	9.159.696,00
LOTTO 3	ASKANEWS	4.239.872,00
LOTTO 4	AGI- ITALPRESS	4.591.641,60
LOTTO 5	LAPRESSE	2.510.639,04
LOTTO 6	COM.E	2.184.000,00
LOTTO 7	IL SOLE 24 ORE	1.344.720,00
LOTTO 8	9 COLONNE	304.418,40
LOTTO 9	NOVA	202.176,00
LOTTO 10	VISTA	174.720,00
(A) TOTALE GARA ITALIA		32.674.129,90
GARA MAECI		
LOTTO 1	ANSA	10.427.400,00
LOTTO 2	AGI-AKI- ADN	2.415.920,00
LOTTO 3	NOVA	405.615,60
LOTTO 4	S2 EDITORI	196.040,00
LOTTO 5	ASKANEWS	210.080,00
(B) TOTALE GARA MAECI		13.655.055,60
TOTALE (A) + (B)		46.329.185,50

A fronte dei risultati comunque positivi conseguiti con la procedura di gara, resta inalterato il problema che la competizione aperta non è il modello ideale, per la natura stessa dei servizi di agenzia.

Resta il problema della difficile conciliazione fra il principio del pluralismo e il principio della corretta competizione fra operatori, nel rispetto delle due essenziali esigenze dell'amministrazione pubblica: l'economicità degli acquisti e la trasparenza delle procedure e delle decisioni.

A questo proposito, il mio impegno sarà orientato a verificare tutte le possibili soluzioni, anche di natura legislativa, idonee ad assicurare il necessario sostegno al comparto delle agenzie di stampa, nel rispetto del principio del pluralismo dell'informazione.

7. L'universalità del Servizio di spedizione postale e agevolazioni tariffarie

Un altro importante presidio a garanzia del pluralismo dell'informazione è costituito dalla possibilità per tutti i cittadini, ovunque residenti nel nostro Paese, di ricevere le pubblicazioni editoriali direttamente al proprio domicilio.

In Italia, le stesse caratteristiche strutturali e congiunturali del nostro territorio, rendono indispensabile il supporto pubblico alla diffusione delle pubblicazioni editoriali. Si registra, infatti, la concorrenza di più fattori sfavorevoli: il basso livello di urbanizzazione e l'elevata incidenza di territori montani; la rilevante incidenza della popolazione "anziana" sul totale; la minore propensione, rispetto ad altri Paesi, all'utilizzo delle tecnologie digitali (il cd "*digital divide*"); un forte radicamento territoriale del tessuto editoriale, con migliaia di pubblicazioni locali; la progressiva chiusura delle edicole nelle aree periferiche e rurali.

Per queste ragioni, l'universalità del servizio di spedizione postale e il riconoscimento in alcuni casi di forme di agevolazioni tariffarie sono e devono rimanere parte integrante del sistema di sostegno pubblico all'editoria.

Comprese tra le misure di sostegno indiretto, le agevolazioni tariffarie per le spedizioni dei prodotti editoriali sono previste dalla legge già da quindici anni.

Le esperienze di altri Paesi europei confermano l'importanza delle agevolazioni postali editoriali. Da un recente studio comparato del Dipartimento per l'informazione e l'editoria (DIE) sugli strumenti di supporto al sistema editoriale in Europa emerge, infatti, che la maggior parte dei Paesi garantisce tariffe postali agevolate per gli invii editoriali.

Nel nostro ordinamento l'agevolazione è circoscritta a determinate categorie di imprese editoriali ed enti senza scopo di lucro, che possano beneficiare di tariffe postali agevolate per la consegna delle proprie pubblicazioni su tutto il territorio nazionale.

In particolare, la legge prevede che le tariffe agevolate siano praticate dal fornitore del servizio postale universale (Poste Italiane S.p.A.) a tutti gli aventi diritto e che, successivamente, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri (DIE) provveda al rimborso all'operatore postale della differenza tra le tariffe agevolate e le corrispondenti tariffe base del servizio postale universale.

Il meccanismo di compensazione - vigente per i primi anni senza la clausola del "tetto di spesa", e sospeso nel 2010 per problemi di copertura finanziaria dei relativi oneri, che ammontavano a circa 250 milioni di euro all'anno - è stato riattivato dal 1° gennaio 2017, con una disposizione che ha rifinanziato l'agevolazione per un triennio, con uno stanziamento pari a 60 milioni di euro in ragione d'anno, stanziamento che costituisce "tetto di spesa".

La limitazione della validità della norma al triennio 2016 – 2019 era stata disposta per ragioni di compatibilità con la normativa europea in materia di aiuti di Stato, al fine di verificare se sussistesse l'esigenza di una procedura competitiva per l'assegnazione del servizio.

È utile segnalare in questa sede che la stessa Commissione europea, alla quale era stato sottoposto il giudizio, con l'importante decisione del 22 luglio 2019 ha riconosciuto la compatibilità europea delle compensazioni liquidate a Poste Italiane a fronte delle agevolazioni tariffarie praticate, in quanto espressione di un Servizio di interesse economico generale (SIEG).

La Commissione ha riconosciuto, in particolare, come il SIEG tuteli e promuova la pluralità dei media e la diversità di opinioni a fronte di un contributo statale inferiore al costo sostenuto dal fornitore del servizio postale.

La rilevanza economica delle agevolazioni tariffarie postali per il settore editoriale è attestata dalle informazioni quantitative che Poste Italiane trasmette periodicamente al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

Da questi dati emerge che il valore delle agevolazioni praticate dalle Poste Italiane, come fornitore del servizio universale, sono state pari a circa 42 milioni di euro nel 2017, circa 62 milioni di euro nel 2018 e circa 39 milioni di euro nei primi nove mesi del 2019, a fronte di volumi di invii pari a circa 300 milioni di pezzi l'anno.

Hanno beneficiato delle agevolazioni postali, nel 2018, circa 2.000 editori e soggetti *no profit*, soprattutto di piccole dimensioni: l'80% dei beneficiari (circa 1.600) ha goduto di agevolazioni annue di importo non superiore a 10.000 euro. Mentre il contributo statale alla distribuzione delle pubblicazioni è risultato, nello stesso anno, pari a circa 20 centesimi di euro per ciascun invio.

Naturalmente, l'efficacia del sistema agevolativo è supportata dalle positive sinergie con il SIEG relativo alla fornitura del servizio postale universale, di cui è titolare sempre Poste Italiane, che riesce a garantire la capillarità e l'omogeneità del servizio su tutto il territorio nazionale.

8. La tutela delle minoranze linguistiche e degli Italiani all'estero. La nuova Convenzione RAI

Fra le materie di competenza del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, per le quali il Presidente del Consiglio mi ha delegato le funzioni di indirizzo, è ricompresa anche la stipula degli atti convenzionali con il concessionario del servizio pubblico radio-televisivo, finalizzati alla tutela delle minoranze linguistiche ed alla promozione della lingua e cultura italiana all'estero.

Si tratta di due finalità che ritengo particolarmente rilevanti al fine di rafforzare la promozione del nostro sistema Paese e il senso stesso di coesione nazionale, agendo in modo complementare sia all'interno dei confini nazionali, per valorizzare le identità linguistico-culturali storiche delle comunità locali, elemento peculiare e prezioso della nostra stessa identità nazionale; sia all'esterno, per promuovere nel mondo il nostro sistema identitario di eccellenze culturali e produttive, nella sua articolazione nazionale e regionale.

In base alla Legge n° 482 del 1999 sulle minoranze linguistiche storiche, lo Stato italiano riconosce e tutela la lingua e la cultura delle popolazioni albanesi, catalane, germaniche, greche, slovene e croate e di quelle parlanti il francese, il franco-provenzale, il friulano, il ladino, l'occitano e il sardo.

Nel solco del dettato costituzionale, la Legge n° 103 del 1975 (“Nuove norme in materia di diffusione radiofonica e televisiva”), stabilisce che la RAI, oltre alla gestione dei servizi in concessione, è tenuta alla realizzazione di una serie di prestazioni aggiuntive rivolte alle minoranze linguistiche e all'offerta radio-televisiva per l'estero. Attualmente, sono in corso di esecuzione con la RAI due Convenzioni, con scadenza il 29 aprile 2020. La prima, per un corrispettivo di 7 milioni di euro l'anno, è dedicata all'offerta televisiva e multimediale per l'estero; la seconda, pari a 14 milioni di euro l'anno, per la trasmissione di programmi radiofonici e televisivi in lingua francese nella regione Valle d'Aosta e in lingua slovena e italiana nella regione Friuli Venezia Giulia, nonché di programmi radiofonici in friulano per la stessa regione.

Per quanto concerne, invece, il tedesco e il ladino, a decorrere dal 2016 la relativa Convenzione è finanziata direttamente dalla Provincia Autonoma di Bolzano, fermo restando che la sottoscrizione formale è anche in capo alla Presidenza del Consiglio. Ricordo che i servizi per la Provincia Autonoma di Bolzano, quantificati in 20 milioni di euro annui, sono attualmente erogati in regime di proroga tacita.

Il recente rinnovo dell'Atto di concessione decennale alla RAI del servizio pubblico radiotelevisivo, disposto con il DPCM del 2017, e il nuovo Contratto di servizio 2018-2022, stipulato tra il Ministero dello sviluppo economico all'inizio del 2018, prevedono importanti integrazioni nell'offerta radiotelevisiva rivolta all'estero e in quella rivolta alle minoranze linguistiche, da realizzare nell'ambito delle convenzioni da stipulare fra la Presidenza del Consiglio dei ministri e la RAI.

Fra le nuove prestazioni previste, figurano nuove forme di programmazione per l'estero, tali da consentire di comunicare a un più vasto pubblico internazionale la cultura italiana, l'ambiente, il paesaggio e l'arte, di carattere sia nazionale che regionale, e l'attivazione uno specifico canale in lingua inglese, di carattere informativo, per la promozione dei valori e della cultura italiana, volto anche alla diffusione dei prodotti rappresentativi delle eccellenze del sistema produttivo italiano e di selezionate opere cinematografiche, documentaristiche e televisive. E' inoltre prevista l'integrazione e qualificazione dell'offerta di servizi rivolta alle minoranze linguistiche, attraverso la produzione e distribuzione di trasmissioni radiofoniche e televisive, nonché di contenuti audiovisivi, in lingua tedesca e ladina per la provincia autonoma di Bolzano, in lingua ladina per la provincia autonoma di Trento, in lingua sarda per la regione autonoma Sardegna, in lingua francese per la regione autonoma Valle d'Aosta e in lingua friulana e slovena per la regione autonoma Friuli-Venezia Giulia.

Nell'esercizio delle funzioni di indirizzo sulla stipula degli atti convenzionali con la RAI in materia di minoranze linguistiche, intendo procedere con la stipula degli atti aggiuntivi alle Convenzioni esistenti e orientare le attività istruttorie del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, in coerenza con le esigenze espresse dai rappresentanti delle minoranze linguistiche.

Per ragioni di completezza informativa, ricordo inoltre l'impegno previsto dall'Accordo internazionale stipulato nel 2008 e ratificato nel 2015 tra la Repubblica italiana e la Repubblica di San Marino.

In attuazione di questo accordo, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria cofinanzia la collaborazione radiotelevisiva tra i due Stati corrispondendo alla RTV San Marino, attraverso la RAI, una somma quantificata annualmente con legge di bilancio pari attualmente a circa 2,9 milioni di euro.

9. Conclusioni

Questa è la mappa di navigazione entro il cui perimetro intende muoversi il Governo.

Consapevoli delle grandi trasformazioni in atto, nel settore e nella società, accanto ad una gestione dell'ordinario e delle emergenze che pure vi sono, vogliamo avere l'ambizione di arrivare ad un nuovo assetto fondato sul principio del sostegno pubblico e basato sul confronto e il pieno coinvolgimento del Parlamento e delle parti sociali.

È dal 1981 che la legislazione in materia non viene riformata organicamente. Trentotto anni sono oggettivamente tanti, ma lo sono soprattutto se rapportati al settore di cui parliamo e alle straordinarie evoluzioni tecnologiche che vi sono state e che hanno portato ad una palingenesi del modo di produrre e di fruire l'informazione.

L'obiettivo è quello di porre al centro la persona, la sua libertà di pensiero e il suo diritto all'informazione: dal giornalista, all'edicolante, al consumatore finale di notizie. Sapendo che dalla tutela del pluralismo dipende anche la qualità della democrazia.

Vogliamo arrivare, in attuazione dei principi costituzionali, ad una riforma della legislazione di settore che abbia come obiettivo quello di garantire certezze agli operatori, stabilità e trasparenza dei meccanismi, e un solido sistema di sostegno diretto e indiretto all'editoria. Tutto questo è fondamentale per promuovere la cultura della lettura e una consapevolezza del valore della stampa e dell'editoria, soprattutto presso le nuove generazioni.

Puntiamo ad un patto culturale con il Paese aperto a tutti i soggetti della filiera editoriale e – non da ultimo – alle scuole e alle università.

Chiedo uno sforzo di collaborazione che deve avere come obiettivo ultimo quello di salvaguardare il bene pubblico dell'informazione e del pluralismo che sono imprescindibili per il buon funzionamento della nostra democrazia.