



**Associazione Nazionale di Consumatori e Utenti**

(Fondata nel 1987)

# **R.A.I. Radiotelevisione Italiana spa Rinnovo del Contratto Servizio per il triennio 2013- 2015**

**Proposte di emendamento del contratto vigente per il miglioramento del pubblico servizio televisivo nell'interesse dei cittadini consumatori per un nuovo "patto comunicativo" tra utente e televisione.**

18 luglio 2013

Roma

A cura di:

Antonio Longo Presidente

Francesco Luongo Vicepresidente



# R.A.I. Radiotelevisione Italiana spa Rinnovo del Contratto Servizio per il triennio 2013-2015

**Proposte di emendamento del contratto vigente per il miglioramento del pubblico servizio televisivo nell'interesse dei cittadini consumatori per un nuovo "patto comunicativo" tra utente e televisione.**

## Premessa e contesto

Lo Statuto del Movimento Difesa del Cittadino individua espressamente tra le sue finalità elencate all'articolo 2: *Il pluralismo, l'obiettività, la veridicità e la trasparenza dell'informazione e della comunicazione sui media, anche pubblicitaria comunque resa, quando sia finalizzata alla promozione, distribuzione e vendita di beni e servizi anche in attuazione dell'art. 21 della Costituzione*

*L'accesso e la fruizione sicura per i cittadini consumatori-utenti di tutte le tecnologie di trasmissione e comunicazione dati, audio e video esistenti e dei relativi contenuti, nel rispetto delle normative vigenti in materia di regolamentazione, trasparenza e garanzie anche con riferimento alle transazioni on line ed a distanza, nonché dei dati personali e della tutela dei minori su internet e nei media*

Nel perseguimento di questo obiettivo la scrivente Associazione intende recepire l'invito rivolto dal Governo ad un contributo di idee che possa migliorare i termini del contratto di servizio nell'interesse dei cittadini consumatori, oggi più che mai disorientati da una crisi economica e di valori senza precedenti nella storia della Repubblica.

Il Trattato CE, in particolare all'articolo 16 e all'articolo 86, paragrafo e dal "protocollo di Amsterdam", ad esso allegato chiariscono che *"il sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri è direttamente collegato alle esigenze democratiche, sociali e culturali di ogni società, nonché all'esigenza di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione"*.

Tale presupposto si pone per la scrivente quale principio guida nella valutazione del contratto vigente che, sia pure pienamente rispondente nella forma al Testo Unico ed alle linee guida dell'Agcom ha trovato nella sostanza una attuazione ben lontana dall'obiettivo di rispondere alle reali esigenze democratiche sociali e culturali della società italiana.

In termini giuridici l'esplicazione della prestazione della Rai nel triennio 2010-2012 può definirsi un inadempimento rispetto ai milioni di cittadini contribuenti chiamati alla prestazione del canone alla Rai la cui programmazione quotidiana stenta sempre più a far trovare adeguate e giustificabili motivazioni peraltro richiamate all'art. 2 comma 3° del testo.

Il "patto comunicativo" tra utente e televisione pubblica che doveva essere consacrato nel documento oggetto del presente parere è stato tradito ed il nuovo contratto di servizio dovrà tentare di ricostituirlo.

In particolare preme in questa sede sottolineare l'insufficiente impegno della Rai nella finalità di valorizzazione delle esperienze provenienti dalla società civile con la riserva di adeguati spazio a enti ed organizzazioni non profit sancita dall'art. 1 comma 2, testimoniato dalla scarsissima presenza di rappresentanti del mondo dei consumatori nella programmazione quotidiana nazionale e soprattutto regionale.

La crisi economica impone che la concessionaria del pubblico servizio televisivo fornisca agli utenti un supporto utile e costante per affrontare i gravi problemi delle famiglie e dei cittadini consumatori in una fase di ristrettezze economiche.

L'esperienza delle associazioni dei consumatori nel contesto economico nazionale è essenziale e va valorizzata su tutte le piattaforme del servizio pubblico ed anche nella programmazione delle reti principali che nell'ultimo periodo stanno registrando un calo di spettatori proprio per l'eccesso di lontananza dai reali problemi dei telespettatori.

Il Governo ed in particolare il MISE devono farsi garanti effettivi di un nuovo e più efficace approccio della concessionaria pubblica al mercato televisivo nazionale la cui rilevanza è testimoniata dagli ultimi dati dell'Agcom con un giro d'affari pari a 8 miliardi di euro nel 2012, in flessione sui ricavi dell'8,7% rispetto al 2011 a causa dei minori investimenti pubblicitari e dalla crescita esponenziale di una offerta nuova ed alternativa sui nuovi media grazie alla rete.

Sky, Mediaset e Rai rappresentano il 90.5% del mercato nazionale.

I dati sono chiari: Sky è stato il network che ha incassato di più e che ha subito la minore flessione: quasi 2.7 miliardi di euro di ricavi, con un- 1.4%; Mediaset occupa il secondo posto con circa 2.4 miliardi di euro e una flessione del 13.2%; terza è la Rai con ricavi per circa 2.3 miliardi di euro e una flessione del 7.5%.

Il calo degli ascolti e degli investimenti pubblicitari confermato dai bilanci (nel primo trimestre la Rai ha totalizzato ricavi in calo a 687 milioni (-26 milioni rispetto allo stesso periodo del 2012)) e da quanto emerso in sede di audizione della Commissione di vigilanza del 4 luglio scorso testimonia la doverosità, prima del tracollo, di rispettare finalmente quanto stabilito in via di principio dal contratto e soprattutto delle linee guida emanate dall'AGCOM con la propria Delibera 614/09/CONS del 12 novembre 2009 e che riteniamo doveroso ricordare:

- *Fornire ai cittadini una programmazione equilibrata e di qualità ;*
- *Rappresentare l'Italia in tutte le sue articolazioni territoriali, sociali e culturali;*
- *Promuovere l'educazione e l'attitudine mentale all'apprendimento e alla valutazione;*
- *Stimolare l'interesse per la cultura e la creatività, anche valorizzando il patrimonio artistico nazionale;*
- *Garantire la fruizione gratuita dei contenuti di qualità;*
- *Promuovere la conoscenza dell'Italia nel mondo e una non superficiale conoscenza del contesto internazionale in Italia;*
- *Promuovere la diffusione dei principi costituzionali e la consapevolezza dei diritti di cittadinanza e la crescita del senso di appartenenza dei cittadini italiani all'Unione europea;*
- *Rispecchiare la diversità culturale e multi-etnica nell'ottica dell'integrazione e della coesione sociale;*
- *Estendere al maggior numero di cittadini i benefici delle nuove tecnologie, in un contesto innovativo e concorrenziale*

## Proposte di emendamento

Tanto premesso in sintesi la scrivente propone i seguenti emendamenti al testo oggetto di consultazione

### Articolo 1

#### Missione e ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo

**comma 2 rigo 9** si aggiunga “... non profit e dei consumatori e utenti riconosciuti dal Ministero”

**comma 2 rigo 12** si aggiunga “ democratiche culturali, sociali ed economiche della collettività...”

### Articolo 2

#### Oggetto del contratto nazionale di servizio

**comma 3 lettera l rigo 4** si aggiunga “ ...la sicurezza dei cittadini anche quali consumatori di beni e servizi...”

**comma 3 lettera r rigo 2** si aggiunga “ ... alla qualità della vita alla tutela dei consumatori...”

### Articolo 3

#### Qualità dell’offerta e valore pubblico

**comma 9 rigo 2 rigo 3** si aggiunga “... due dal Ministero di cui uno nell’ambito del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti e nominati dalla Rai...”

**comma 10 rigo 5** si aggiunga “ ...grado di soddisfazione degli utenti sottoponendogli i dati rilevati dal sistema di valutazione della qualità ....”

### Articolo 9

#### L’offerta televisiva

**comma 1 rigo 4** si modifichi “...non meno del 70 per cento della programmazione con “non meno dell’80 per cento della programmazione”

**comma 1 rigo 5** si modifichi: “...non meno dell’80 per cento della programmazione” con “non meno del 90 per cento della programmazione”

**comma 2 lett b) rigo 5** si aggiunga: “all’ambiente, ai consumi e alla qualità della vita...”

### Articolo 10

#### L’offerta radiofonica

**comma 2 rigo 1** si modifichi “...non meno del 70 per cento dell’offerta annuale della programmazione con “non meno dell’80 per cento dell’offerta annuale della programmazione”

**comma 2 lett f) rigo 4** si aggiunga: “...(lavoro, salute, previdenza consumo consapevole)...”

### Articolo 12

**comma 3 rigo 5 si modifichi** “...inferiore al 10 per cento della programmazione annuale” con “*inferiore al 20 per cento della programmazione annuale*”

**comma 4 lett. e) si aggiunga** “...che quantitativo *educandoli ad un consumo consapevole*, anche tenendo...”

## **Articolo 15**

### **Programmi dell’accesso**

**comma 3 si modifichi:** “...cicli di spot su tematiche sociali *e riguardanti il consumo consapevole...*”

## **Articolo 20**

### **Educazione finanziaria ed economica**

**comma 1 si aggiunga:** “...fra il pubblico *anche con l’ausilio delle associazioni nazionali dei consumatori ed utenti...*”

## **Articolo 29**

### **Commissione paritetica**

**comma 1 rigo 3 si aggiunga:** “...quattro designati dal Ministero *di cui due dal Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti* e quattro designati dalla Rai”

## **Articolo 30**

### **Sede permanente di confronto sulla programmazione sociale**

**comma 2 rigo 1/2 si aggiunga:** “...tra i rappresentanti del *Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti, Commissioni, Consulte...*”

Si spera con il presente documento di aver fornito utili spunti per un efficace revisione del contratto ed una migliore realizzazione del pubblico servizio radiotelevisivo, restando a disposizione per ogni eventuale ed auspicabile confronto sul tema.