

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
FERDINANDO ADORNATO

**La seduta comincia alle 14,15.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

*(Così rimane stabilito).*

**Audizione di rappresentanti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'ambito dell'esame del disegno di legge C. 4163, in materia di editoria e diffusione della stampa quotidiana e periodica.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del regolamento, di rappresentanti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'ambito dell'esame del disegno di legge C. 4163, in materia di editoria e diffusione della stampa quotidiana e periodica.

Nell'introdurre l'audizione di cui sopra, vorrei ringraziare per la loro presenza i rappresentanti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ed in particolare il suo presidente, professor Enzo Cheli, il dottor Giuseppe Sangiorgi, componente della Commissione per i servizi ed i prodotti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, il dottor Franco Angrisani ed il dottor Dino Basili.

Essendo noto il tema che stiamo affrontando nel corso di queste audizioni, do

immediatamente la parola al professor Enzo Cheli, affinché possa esprimere l'opinione dell'Autorità che presiede.

ENZO CHELI, *Presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*. Vorrei ringraziare, a nome dell'Autorità, la VII Commissione per l'invito, che ci consente di esprimere alcune considerazioni in ordine al disegno di legge n. 4163, attualmente al vostro esame.

Come ricordato dal presidente, mi accompagna in questa audizione, tra gli altri, il dottor Sangiorgi, componente della Commissione per i servizi e i prodotti che, nell'ambito dell'Autorità, segue in modo specifico i problemi dell'editoria e della stampa quotidiana e periodica, anche con riferimento ai profili relativi al Registro degli operatori di comunicazione. In ragione di questa sua specifica competenza, il dottor Sangiorgi potrà svolgere, con il suo consenso, a integrazione della mia esposizione, qualche ulteriore considerazione, in particolare sui siti Internet di natura editoriale.

Il disegno di legge al vostro esame appare orientato a integrare, correggere e semplificare la disciplina esistente in materia di editoria e di diffusione della stampa quotidiana e periodica, con particolare riferimento a quanto previsto nelle leggi n. 416 del 1981, n. 67 del 1987 e n. 62 del 2001. In relazione a tale esigenza di integrazione e di razionalizzazione delle discipline precedenti, questo disegno di legge investe, come voi ben sapete, sei diverse tematiche: l'iscrizione al ROC (Registro degli operatori di comunicazione) dei siti Internet di natura editoriale; una modifica in tema di titolarità di imprese editoriali di quotidiani (articolo 2); un rafforzamento della disciplina in merito alla pubblicazione su quotidiani dei bi-

lanci degli enti pubblici (articolo 3); un'attenuazione delle limitazioni relative ai punti di vendita esclusivi e non esclusivi della stampa quotidiana e periodica; alcune modifiche in tema di rapporti di lavoro e previdenziali; infine, alcune modifiche in tema di contributi e agevolazioni.

Di queste sei tematiche, soltanto le prime quattro investono direttamente o indirettamente le competenze dell'Autorità che presiedo. Pertanto, mi limiterò a formulare brevissime osservazioni in ordine ai quattro punti connessi alle nostre competenze, lasciando al dottor Sangiorgi il primo di questi temi, ovvero la disciplina sui siti Internet, contenuta nell'articolo 1 del disegno di legge.

Per quanto riguarda il secondo tema, ovvero quello delle intestazioni proprietarie, l'articolo 2 del disegno di legge prevede che le azioni aventi diritto di voto e le quote sociali possano essere intestate a società di capitali, anche nel caso in cui la partecipazione di controllo di tali società sia intestata a società non direttamente controllate da persone fisiche. Viene dunque meno la restrizione, che è ancora prevista nell'articolo 1, comma 4, della legge n. 416 del 1981, che impone la riconducibilità diretta delle azioni a persone fisiche a fini di trasparenza, in modo da poter risalire immediatamente alle persone intestatarie delle quote.

Nel caso delle imprese radiotelevisive la legge Mammi, n. 223 del 1990, all'articolo 17, prevedeva che, qualora i concessionari privati fossero costituiti in società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, la maggioranza delle azioni aventi diritto di voto o delle quote dovesse essere intestata a persone fisiche o a società in nome collettivo o in accomandita semplice ovvero a società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, purché fossero in ogni caso individuabili le persone fisiche che detenevano e controllavano le azioni aventi diritto di voto.

Con la successiva legge Maccanico, n. 249 del 1997, il legame con le persone fisiche viene allentato, prevedendosi, al-

l'articolo 3, che le concessioni possono essere rilasciate a società per azioni, in accomandita per azioni, a responsabilità limitata e cooperative, purché siano di nazionalità italiana ovvero di uno Stato appartenente all'Unione europea ovvero controllate da soggetti di cittadinanza o nazionalità di Stati non appartenenti all'Unione europea, purché praticino nei confronti del nostro paese un trattamento di reciprocità. Ciò significa che nel corso dello sviluppo di questa legislazione è stato sempre operato un bilanciamento fra l'esigenza della trasparenza societaria, il vincolo della proprietà diretta e la necessità di assicurare una certa flessibilità al mercato.

Alla luce della nostra esperienza, con riferimento al Registro degli operatori di comunicazione, la modifica che viene introdotta dall'articolo 2 del disegno di legge appare condivisibile, in quanto diretta ad attenuare un fattore di rigidità, senza rinunciare tuttavia ad un'esigenza indefettibile di trasparenza.

Per quanto riguarda il terzo tema, quello della pubblicità dei bilanci degli enti pubblici, da pubblicare nei quotidiani, l'articolo 3 del disegno di legge integra la disciplina che su questo punto è dettata dall'articolo 6 della legge n. 67 del 1987, nel senso di imporre alle amministrazioni la nomina di un responsabile del procedimento che, in caso di mancata osservanza dell'obbligo di pubblicare sui quotidiani gli estratti dei bilanci, sia tenuto ad effettuare la pubblicazione a proprie spese, salvo il caso in cui tale inosservanza sia dovuta a causa a lui non imputabile. Si tratta di una norma che incide solo in misura assai limitata sulle disposizioni la cui applicazione è affidata alle competenze della nostra Autorità, ma che tuttavia potrà favorire, attraverso un rafforzamento del vincolo di responsabilità del funzionario, l'esercizio di tali competenze.

L'articolo 5 della legge n. 67 del 1987 prevede, infatti, che le amministrazioni statali e gli enti pubblici comunichino agli uffici dell'Autorità le spese pubblicitarie effettuate nel corso di ogni esercizio finanziario, al fine di verificare se tali

soggetti abbiano destinato almeno il 50 per cento delle loro spese pubblicitarie alla pubblicità su quotidiani e periodici.

A questo proposito, ricordo che nel corso degli ultimi anni è stata avviata dall'Autorità un'attività specificamente rivolta a verificare, a campione, l'adempimento di questi obblighi di comunicazione e la verifica della rispondenza dei dati dichiarati dagli enti pubblici e dalle amministrazioni pubbliche con quelli emergenti dalle risultanze contabili.

L'accertamento che abbiamo effettuato, in modo particolare negli ultimi due anni, ha riguardato più di 200 enti pubblici ed amministrazioni statali, tra cui ministeri, università, parchi nazionali, enti regionali e camere di commercio. Nell'ambito di questa attività, l'Autorità si è avvalsa della collaborazione del nucleo speciale della Guardia di finanza operante al suo interno, che ha espletato accertamenti diretti a verificare la veridicità dei dati trasmessi dagli enti. A seguito di questa attività di controllo, sono stati avviati numerosi procedimenti sanzionatori nei confronti degli enti che non hanno ottemperato alla trasmissione dei dati imposta dalla legge.

Sul tema della pubblicità istituzionale da pubblicare sulla stampa quotidiana, forse nel provvedimento in esame si potrebbe fare qualcosa di più di quanto già previsto: in considerazione del crescente peso che sta acquistando l'editoria *non profit*, si potrebbe prevedere una riserva specifica all'interno della quota che viene destinata dalla legge alla stampa a pagamento. Il disegno di legge in discussione potrebbe pertanto costituire una buona occasione per aprire una riflessione sul tema.

Per quanto riguarda la rete distributiva della stampa quotidiana e periodica, l'articolo 4 del disegno di legge interviene sul decreto legislativo n. 170 del 2001, eliminando alcune restrizioni di accesso al mercato, nel senso, tra l'altro, di estendere la possibilità di ottenere il diritto di autorizzazione alla vendita in punti non

esclusivi anche ai soggetti che non siano stati ammessi alla sperimentazione avviata dalla legge n. 108 del 1999.

Su questo piano è soprattutto la scarsa diversificazione nelle modalità di distribuzione a costituire un freno allo sviluppo della domanda, in modo particolare dell'editoria quotidiana. D'altra parte, sappiamo che rispetto ad altri paesi europei — dove sia le modalità di vendita in abbonamento che i canali della grande distribuzione appaiono molto più diffusi — su questo terreno l'Italia si colloca tra le posizioni meno favorevoli allo sviluppo del mercato dell'editoria quotidiana. Un rafforzamento della differenziazione nelle modalità di distribuzione appare dunque senz'altro opportuno, perché può incentivare una domanda che, rispetto alla media europea, resta ancora decisamente insoddisfacente.

In quest'ottica va dunque vista con favore una disciplina (anche se quella dell'articolo 4 del disegno di legge incide su un'area molto limitata) che tende ad allentare i vincoli imposti alla distribuzione. Più in generale, resta l'esigenza di avviare in Italia un processo più incisivo di liberalizzazione nella vendita dei giornali, così come tra l'altro è stato auspicato anche dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato nella sua recente indagine conoscitiva sulla distribuzione della stampa quotidiana e periodica. Se in Italia i canali di distribuzione alternativi all'edicola rappresentano ancora una quota marginale del mercato, l'incentivazione di nuove formule distributive potrebbe contribuire alla crescita effettiva di tale mercato, senza peraltro compromettere il ruolo, indubbiamente essenziale, tuttora svolto dalle edicole al suo interno.

Alla luce di questi dati, il disegno di legge in esame potrebbe, dunque, rappresentare l'occasione per allargare la disciplina, ampliando il novero dei soggetti legittimati alla rivendita della stampa quotidiana e periodica e, se del caso, per rimodellare su questa materia l'istituto dell'autorizzazione. Se vogliamo imboccare con più decisione la strada della liberalizzazione nella distribuzione dei

prodotti editoriali, anche l'accesso al mercato mediante l'autorizzazione dovrebbe, a nostro giudizio, essere ulteriormente semplificato.

Al di là di questi interventi specifici, che condividiamo perché prevedono una razionalizzazione ed una semplificazione, questa potrebbe essere una buona occasione anche per tentare qualcosa di più ed allargare la gamma degli oggetti della disciplina che state esaminando, senza trascurare la possibilità di giungere, come qualcuno ha sottolineato, in un quadro fortemente stratificato nel tempo, anche all'emanazione di un testo unico sull'editoria quotidiana e periodica, in grado di coordinare le molteplici leggi che si sono succedute nel tempo in questa materia. L'esigenza di raccogliere e coordinare, possibilmente in un testo unico, questa complessa disciplina tende oggi a rafforzarsi in una visione convergente che si va affermando tra i vari comparti della comunicazione e nel momento in cui sta per essere presentato dal Governo il testo unico sulla radiotelevisione, previsto dall'articolo 16 della legge n. 112 del 2004.

Vorrei ricordare più in generale la complessità del mondo dell'editoria, che la nostra Autorità ha potuto registrare e segnalare nel corso dei quasi sette anni della sua attività nelle relazioni presentate annualmente al Parlamento. Nella nostra ultima relazione, presentata alle Camere nel luglio scorso, abbiamo evidenziato alcuni profili critici, che mettono in luce come anche nel 2003 il settore dell'editoria quotidiana e periodica abbia attraversato una congiuntura molto difficile, legata alla stagnazione del mercato su livelli che restano decisamente insoddisfacenti. Tuttavia, secondo alcuni, l'affermazione crescente dell'editoria *free press* potrebbe contribuire in futuro, con l'esigenza di maggiori approfondimenti informativi, all'ampliamento del bacino dei lettori di quotidiani a pagamento.

Sulla stessa linea di carattere generale rileviamo che il progressivo sviluppo della tecnologia digitale terrestre nelle trasmissioni radiotelevisive e l'apertura di un nuovo mercato per la diffusione dei con-

tenuti potrebbero rappresentare una nuova opportunità anche per gli editori che vorranno utilizzare la propria posizione di detentori della vera scarsa risorsa della realtà multicanale, cioè i contenuti. Probabilmente in questo scenario si potrà assistere, a breve o nel medio periodo, anche a una redistribuzione delle risorse a vantaggio degli editori, al di là del tradizionale scenario della stampa quotidiana e periodica a pagamento.

Infine, la diversificazione dei settori di investimento potrà farci assistere, anche in questo caso nel breve o nel medio periodo, a un maggiore sviluppo dell'editoria *on line*, dove di recente si è registrata un'inversione di tendenza rispetto agli anni precedenti: mentre inizialmente i principali gruppi editoriali tendevano a riproporre su Internet semplicemente i contenuti dei giornali su carta, ora tendono ad aumentare i contenuti innovativi a pagamento. Dato che l'editoria *on line*, come disciplinata dall'articolo 1 del disegno di legge in esame, tocca più direttamente le competenze dell'Autorità in tema di Registro degli operatori di comunicazione, vorrei pregare il commissario Sangiorgi di svolgere qualche ulteriore considerazione su questo punto.

GIUSEPPE SANGIORGI, *Componente della Commissione per i servizi ed i prodotti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*. L'articolo 1 del disegno di legge ha come obiettivo la «definizione di una disciplina per la responsabilità dei siti editoriali su Internet, estesa anche agli editori di testate giornalistiche in formato elettronico e digitale». Tale articolo prevede al comma 1 che i siti Internet aventi natura editoriale siano soggetti, ai fini dell'applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa, all'iscrizione nel Registro degli operatori di comunicazione. Il disegno di legge considera siti aventi natura editoriale quelli che contengono in via prevalente prodotti editoriali, come definiti dall'articolo 1 della legge n. 62 del 2001.

Sui prodotti editoriali sembra opportuno un primo chiarimento, perché il

comma 3 dell'articolo 1 della legge n. 62 del 2001 definisce con la medesima espressione due diverse tipologie di prodotto editoriale.

La prima tipologia è quella alla quale si applicano le disposizioni dell'articolo 2 della legge 8 febbraio 1948, n. 47; in questo caso, per « prodotto editoriale », sia pure diffuso attraverso Internet, si intende qualcosa di analogo allo « stampato », sottoposto esclusivamente alla disciplina delle indicazioni obbligatorie: luogo ed anno di pubblicazione, nome e domicilio dello stampatore, dell'editore, se esiste, e quant'altro.

La seconda tipologia di prodotto editoriale viene invece descritta sempre all'articolo 1, comma 3, della legge n. 62 del 2001 in modo più particolareggiato: si tratta in questo caso del « prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata costituente elemento identificativo del prodotto ». Questa tipologia è sottoposta ad obblighi più pregnanti di quelli previsti per lo stampato, dovendo fare riferimento alla disciplina prevista non dall'articolo 2, bensì dall'articolo 5 della legge n. 47 del 1948, ovvero quella che riguarda gli obblighi di registrazione presso il Registro stampa dei tribunali.

La prima questione da affrontare allora è la seguente: a quale di queste due tipologie di prodotto editoriale intende riferirsi il disegno di legge n. 4163 quando parla dell'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione dei siti aventi natura editoriale? Tutto lascia ritenere che ci si riferisca alla seconda tipologia, quella più strutturata. Se è così, sarebbe comunque opportuno offrirne una espressa indicazione.

L'articolo 1, comma 2, prevede a sua volta un analogo obbligo di iscrizione per gli editori di testate giornalistiche in formato elettronico e digitale, intendendosi per queste ultime le testate « diffuse al pubblico con regolare periodicità e per le quali è previsto il conseguimento di ricavi da attività editoriale ». Peraltro, quest'ultima locuzione è mutuata dall'originaria definizione di « soggetto esercente l'edito-

ria elettronica e digitale » contenuta nel regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione, che è stato successivamente modificato eliminando il riferimento ai proventi economici.

Con riferimento ai commi 1 e 2 dell'articolo 1 del disegno di legge, si pongono ulteriori tre interrogativi. Il primo è se questi soggetti di cui al comma 2 siano diversi dagli editori dei siti di cui al comma 1. La domanda deriva dal fatto che il sito Internet avente natura editoriale — nella accezione datane dall'articolo 1, comma 3, della legge n. 62 del 2001 — è per sua natura una « testata giornalistica in formato elettronico e digitale ». Il secondo interrogativo è se invece il comma 1 ed il comma 2 dell'articolo 1 del disegno di legge si riferiscano rispettivamente al prodotto editoriale *on line* ed a quello editoriale *off line*. Il terzo interrogativo è, infine, se il combinato disposto fra i commi 1 e 2 intenda significare l'obbligo di una generale iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione anche da parte di quei siti *web* aventi contenuto editoriale analogo a quello dello stampato.

La risposta a questi interrogativi si rende necessaria per identificare con certezza quale tipo di sito Internet avente natura editoriale è dunque destinatario dell'obbligo di iscrizione al Registro degli operatori; ciò ricordando sempre che a tale registro vengono iscritte comunque le imprese e non le testate. In questo caso, quando al comma 1 dell'articolo 1 si prevede che i siti aventi natura editoriale sono tenuti all'iscrizione, per questi si intendono gli editori di quei siti.

Cosa significa il Registro degli operatori di comunicazione oggi? Significa oltre diecimila imprese iscritte, delle quali già 470 appartengono al mondo dell'editoria elettronica. Occorre ricordare che il Registro degli operatori di comunicazione, insieme all'Informativa economica di sistema che ne costituisce un essenziale completamento, persegue tre obiettivi: rappresenta una prima anagrafe integrata su base nazionale (si tratta del primo censimento della società dell'informazione nel nostro

paese, perché comprende operatori che vanno dal settore dell'editoria più tradizionale a quella legata ad Internet e alle telecomunicazioni); assicura la tutela delle finalità perseguite dall'articolo 21 della Costituzione; infine, assicura la conoscenza ed il monitoraggio sistematico dei mercati della comunicazione per assolvere alle varie attribuzioni conferite dal legislatore all'Autorità sia in materia di concorrenzialità dei mercati sia ai fini della documentazione che l'Autorità trasmette alle istituzioni comunitarie.

In relazione a queste sue caratteristiche, occorre sottolineare che l'articolo 1 del disegno di legge finalizza l'iscrizione al ROC alla applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa, tradizionalmente riferita ai registri presso i tribunali. Vorremmo allora fare presente che questa ulteriore attribuzione consiste in una « torsione » delle finalità di quel registro, che può sì essere prevista, ma che ha un impatto organizzativo sull'Autorità, del quale probabilmente occorrerebbe tenere conto.

Quel che si vuole ulteriormente sottolineare è che, per quanto riguarda la comparsa in Internet di siti paragonabili agli stampati, già la legge n. 62 del 2001 prevedeva l'estensione degli obblighi previsti dalla legge n. 47 del 1948: se si apre un qualsiasi sito Internet di questo tipo, si troverà che queste indicazioni — la legge n. 47 del 1948 le definisce « indicazioni obbligatorie » — non sono presenti. Si potrebbe dunque valutare l'inserimento nel disegno di legge di più puntuali indicazioni, come ad esempio l'esplicitazione dell'obbligo per tutti i siti Internet, quelli assimilabili agli stampati, di tenere sull'*home page* un *link* denominato « informazioni di garanzia al cittadino », nel quale siano contenute quelle informazioni obbligatorie che la legge n. 47 del 1948 già riferisce agli stampati.

**PRESIDENTE.** Do la parola ai colleghi che intendano formulare quesiti ed osservazioni.

**GIUSEPPE GIULIETTI.** Vorrei in primo luogo ringraziare il presidente Cheli ed il

commissario Sangiorgi. Svolgerò alcune domande apparentemente irrivalenti, delle quali spiegherò brevemente il senso: il presidente stesso ha fatto riferimento — ed io personalmente condivido il discorso — ai rischi di stagnazione del mercato.

Noi abbiamo un problema che intendo sottoporre all'*Authority*, perché riveste questo ruolo di custode della libertà del mercato.

#### PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE GUGLIELMO ROSITANI

**GIUSEPPE GIULIETTI.** I dati che ci sono stati forniti dalla Federazione degli editori ci hanno alquanto impressionato. Non so se siano veri e quindi vi chiedo se, successivamente all'adozione della legge Gasparri, si sia avuta una riduzione del tasso di concentrazione o piuttosto se non si sia registrato un addensamento ulteriore di risorse pubblicitarie intorno al duopolio.

Che sia vero o meno, vorrei porre la questione alla stregua di un dato sul quale riflettere. Per noi è importante comprendere, dal momento che le opposizioni sono intenzionate a far approvare rapidamente questo disegno di legge, senza intendimenti ostruzionistici, il contesto nel quale ci muoviamo, al fine di sapere quali interventi noi, e non voi, dovremmo adottare nell'ambito della legge finanziaria perché questo testo di legge abbia un senso.

Voi sapete che noi abbiamo approvato all'unanimità la previsione di un *bonus* triennale per la carta al fine di dare certezza alle imprese editoriali. Muovo da questo punto per sapere se l'Autorità ritenga sufficienti — proprio perché vi è un dato che voi avete sottolineato di « iperconcentrazione » — misure di deregolamentazione o piuttosto se non siano utili misure strutturali a sostegno dell'impresa editoriale italiana.

Al fine di avere il quadro generale della situazione ed avendo appreso che da tempo sono in corso le attività di istruttoria dell'*Authority* sull'aggiornamento delle norme, occorre evidenziare che questo,

anche se apparentemente potrebbe sembrare il contrario, investe il settore dell'editoria, dal momento che se vi è stato l'accertamento di violazione del mercato è fondamentale sapere, prima che si compia il « ciclo » della legge finanziaria, se questo accertamento (che si è completato, come mi è parso di comprendere) abbia dato seguito alla fase di valutazione in contraddittorio delle eventuali sanzioni.

Ma è importante per il Parlamento, non per un problema di parte, comprendere se ci sia stata violazione accertata — questo accresce la responsabilità di tutti nell'intervenire in modo strutturale e nel tentare di dare ossigeno alle imprese editoriali italiane — e se ciò sarà fatto da questa Autorità nei tempi tecnici per chiudere l'istruttoria con un'indicazione precisa, oppure se si rischia di cadere nelle more delle nuove nomine.

Inoltre, mi domando se siate riusciti a conteggiare con i vostri uffici il dato complessivo del sistema integrato della comunicazione (SIC), in senso generale e specifico, perché ciò consente anche di capire quale sia l'ammontare delle risorse e come si possa operare almeno per ridurre il danno. Ho letto che questa decisione è stata assunta sui mini *spot* e vorremmo, anche con qualche collega della maggioranza, che questo elemento venisse inserito già nella legge Gasparri perché aiuterebbe il lavoro dell'*Authority*. Una volta definito il regolamento, esiste per l'*Authority* una struttura di monitoraggio, sufficiente o da potenziare, affinché si abbia un controllo integrale, continuo ed immediato?

Non ho nulla da aggiungere sull'articolo 1, ma chiedo solo al commissario Sangiorgi di lasciare alla Commissione la memoria che ha letto. Inoltre, tale materia dovrebbe avere anche una norma comunitaria di riferimento perché, come abbiamo già visto nel passato, l'indirizzo del sito si può trasferire altrove: in questo modo si aprirebbe una questione delicatissima perché, pur in presenza delle norme, l'Autorità non sarebbe in grado di controllare tutto ciò e tanto meno il ROC.

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
FERDINANDO ADORNATO

GIUSEPPE GIULIETTI. Esistono una direttiva comunitaria ed una consolidata giurisprudenza in materia? Mi auguro che in Europa si possa arrivare ad una posizione comune, perché questo ci consentirebbe di lavorare anche in stretta correlazione. Allo stato attuale, quali sono le modalità di funzionamento del ROC? Se la legge venisse approvata così come è stata concepita, si potrebbe migliorare ed affinare il sistema tutti assieme anche sulla base delle vostre osservazioni? Attualmente il ROC — mi riferisco alla dotazione, al personale e alla strumentazione di controllo dell'*Authority* — è in grado o meno di assorbire le nuove funzioni indicate dalla norma? Se non fosse in grado, quali sono state, dopo l'approvazione della legge Gasparri, le nuove dotazioni di organico, di mezzi, di funzionari ed economiche dell'*Authority*? Presidente, ricordo che, in sede di audizione sollevai tale questione e il Governo mi rispose che sarebbe stata introdotta subito dopo una norma di raccordo. È stata emanata la norma di raccordo, si è registrato un potenziamento di dotazione di mezzi e di organici, oppure questa volta dobbiamo prevederlo contestualmente? Affermo ciò non per criticare la norma Bonaiuti, ma perché anche in passato si sono attribuite nuove funzioni senza assegnare né personale né competenze all'*Authority*.

Dal tavolo dei media *non profit* e della piccola editoria è emersa la questione di una riserva per i *non profit* della parte della pubblicità istituzionale e degli enti locali. In alcuni colloqui che abbiamo avuto con esperti del settore è stato detto di fare attenzione perché potrebbe esserci un profilo di incostituzionalità oppure la difficoltà di individuare i media *non profit* che ne avrebbero diritto, diventando la norma di difficile applicazione. A mio avviso — lo facemmo a suo tempo in parte per l'emittenza —, la norma è definibile: quindi, scelta questa strada, anche l'*Au-*

*thority* ritiene che sia praticabile e che i soggetti siano individuabili? Penso che sia un percorso intelligente e moderno a favore della piccola e media editoria.

Per quanto riguarda l'applicazione delle sanzioni, quali sono gli enti che devono riservare la pubblicità (ad esempio, gli enti locali o le università)? Molte università dissero che ciò non le riguardava, ma l'*Authority* rispose che interessava anche tale comparto. Tra gli enti che debbono dare questa contribuzione, sono comprese anche le università? Inoltre, qual è la procedura di sanzione sin qui applicata? C'è stata, è proseguita, è in corso?

Riconfermo che siamo favorevoli all'idea del testo unico, anche se l'opposizione su questo tipo di proposizione è sempre più in difficoltà perché è il Governo che deve farlo, con una raccomandazione rivolta al relatore e al presidente perché abbiamo seguito tale materia con grande sensibilità comune. È molto importante che non accada - come si sta verificando per il testo unico sull'audiovisivo e sulla comunicazione - che ci siano anticipazioni sui giornali, che non ci sia alcun passaggio parlamentare e che le Commissioni non ne siano informate: potrebbero crearsi preoccupazioni infondate circa una possibile modifica della normativa. Sicuramente non sarà così ma, allo stato attuale, non lo so.

L'unica garanzia sarebbe quella di imboccare questa positiva, importante e nuova strada. A questo proposito, vorrei ricordare che lo stesso responsabile del dipartimento dell'editoria, professor Masi - che potremmo utilmente ascoltare su questo tema -, ha più volte posto tale questione: credo che potrebbe essere una scelta di grande civiltà e semplificazione. In questo senso, confermo la nostra posizione favorevole, ma con la possibilità - quando e se il testo sarà definito - di affrontarlo e discuterlo comunemente.

ENZO CARRA. Le opposizioni sono profondamente convinte della necessità del testo unico e del credito di imposta, tant'è che esistono nostre proposte emen-

dative al riguardo. Mi limito quindi a due questioni. Per quanto riguarda il SIC, la scorsa settimana abbiamo sentito i rappresentanti della FIEG e le loro valutazioni sono state lacrimevoli. Nei primi quattro mesi dell'anno - l'onorevole Rositani mi rivolge cenni di assenso, perché ricorda quanto abbiamo ascoltato - a fronte di un aumento del gettito pubblicitario, vi è stata una disparità ancora enormemente accresciuta tra la televisione e la carta stampata. Chiedo all'Autorità cosa sia successo e lo dico anche con qualche ingenuità, dal momento che noi ci siamo già espressi nel corso dell'intero iter di approvazione della legge Gasparri e quindi potremmo limitarci a dire che lo sapevamo. Questa è la prova provata!

Vorremmo quindi da voi non un conforto - che sarebbe inutile - alle nostre convinzioni, quanto l'indicazione delle modalità attraverso le quali correggere ed integrare, come bene ha fatto il professor Cheli, il disegno di legge al nostro esame: si corregge dunque attraverso meccanismi che non sono soltanto legislativi ma anche « di autorità ».

Il secondo punto è relativo ad Internet ed in proposito mi rivolgo al commissario Sangiorgi, ma non soltanto a lui. La scorsa settimana abbiamo approvato una legge sui reati a mezzo stampa e questo è importante anche al fine di arrivare alla conclusione di un iter, anche in quel caso abbastanza lungo, se non difficile o addirittura disastroso. Ci siamo quindi accontentati di rimandare ad altro tutte le fattispecie riguardanti Internet.

Cominciando dal primo profilo costituito dalla responsabilità, mi sembra che mettendo insieme il testo della legge sulla diffamazione a mezzo stampa e questo attuale, un qualche responsabile, oltre alle imprese editoriali, si debba individuare! Pensiamo, ad esempio, che la creazione di un elenco speciale per i responsabili dei prodotti editoriali - definiamoli così, se volete - rappresenti qualcosa di facilmente individuabile che, senza avere lo stesso « peso » della responsabilità dell'Or-

dine dei giornalisti, potrebbe essere una soluzione. In ogni caso, vorremmo conoscere il vostro parere in proposito.

L'onorevole Giulietti ci ricorda che esistono direttive europee su quella realtà globale che è Internet. Io aggiungerei (e qui parliamo di sanzioni) che si parte dall'Europa ma occorre sapere anche che un sito americano o asiatico hanno lo stesso effetto di un sito europeo. Nel caso di gravi problemi, quali sanzioni possiamo adottare? In caso contrario, rischiamo di dedicarci a qualcosa di molto trascurabile.

In conclusione, il professor Cheli parla di procedimenti sanzionatori sui bilanci degli enti pubblici. Oltre che una possibilità di allargamento, come ci è stato chiesto, degli enti pubblici ai fini della pubblicazione di questi documenti contabili, vorrei sapere dall'Autorità in cosa si siano risolti tali procedimenti sanzionatori.

**PRESIDENTE.** Do la parola all'onorevole Zaccaria. Credo si tratti del suo secondo «giorno di scuola»! Non so se egli sarà componente della nostra Commissione; in ogni caso, ne approfitto per dargli il benvenuto.

**ROBERTO ZACCARIA.** È il mio secondo giorno ed oggi non intendevo intervenire. Tuttavia, in relazione al significato delle comunicazioni espresse dall'Autorità, vorrei svolgere alcune brevissime considerazioni.

La prima è riferita all'articolo 1 del disegno di legge. Mi sembra che i colleghi Giulietti e Carra abbiano già sottolineato la necessità di porre indicazioni precise, perché l'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione comporta ripercussioni molto precise in ordine alla responsabilità. Il suggerimento che il commissario Sangiorgi evidenziava al fine di circoscrivere meglio queste indicazioni mi sembra assolutamente motivato e convincente.

Vorrei approfittare di questa notazione per domandare quali siano, oltre al fabbisogno di personale cui si riferiva Giulietti, le valutazioni quantitative. Non è così pacifico che un sito cinese « pesi »

come un sito italiano dal punto di vista dell'iscrizione. Credo che oggettivamente occorra avere un'idea - che voi certamente avete - del numero degli iscritti al registro nel campo delle testate giornalistiche. In questo caso si possono contare facilmente. Quanti siti possono essere stimati e chiamati in causa da una formulazione di questo tipo, più ristretta, che proponeva il dottor Sangiorgi? Sarebbe interessante saperlo.

Due notazioni molto sintetiche riguardano il testo unico sull'editoria quotidiana e periodica del quale parlava il professor Cheli. Credo sarebbe un auspicio molto interessante, perché quello dell'editoria è un campo nel quale la normativa si è affastellata negli anni in maniera incredibile ed anche per gli specialisti è difficile ricostruire l'insieme delle sovvenzioni e degli interventi di varia natura.

Con una certa malizia (e quindi si tratta di una notazione irrituale) vorrei domandare al professor Cheli se sia vero quanto nei giorni scorsi ho letto in riferimento al testo unico sulla radiotelevisione. Si dice che siano state date consulenze da parte di membri dell'Autorità: mi auguro che questo non corrisponda al vero. Sarebbe infatti spiacevole che membri dell'Autorità, che per statuto devono avere una posizione di così elevata indipendenza, potessero in qualche modo intervenire nel procedimento legislativo come consulenti del ministero. Probabilmente avete capito a cosa mi riferisco: il professor Cheli lo sa meglio di me. Vorrei avere assicurazioni da questo punto di vista perché non ho visto smentite. Mi riferisco a Pilati, perché non sia equivoco il mio riferimento. Si è parlato di un articolo di Fontanarosa apparso nei giorni scorsi su *La Repubblica*, nel quale si parla ormai di una consulenza sistematica presso il ministero. Mi auguro che questo non corrisponda al vero, perché sarebbe certamente un decadimento del ruolo di indipendenza dell'Autorità.

Infine, sempre per quello che riguarda il bacino pubblicitario e quindi l'interdipendenza tra editoria e televisione, mi interesserebbe realmente sapere - non so

se il professor Cheli possa dirlo ora, ma sicuramente può indicare la fonte per effettuare questo controllo — se in relazione alla privatizzazione della RAI — la vendita del 20 per cento delle azioni — vi sia una forte intensificazione degli affollamenti pubblicitari; almeno questo risulterebbe da alcuni studi alquanto sommari sull'argomento. Non so se ciò corrisponda al vero: sarebbe utile saperlo, perché vi sono tetti pubblicitari che valgono per il privato e per la RAI e ciò avrebbe ripercussioni sull'editoria, perché naturalmente alzare gli affollamenti in quel campo significa determinare ulteriori ripercussioni sul settore.

**PRESIDENTE.** Do nuovamente la parola ai nostri ospiti per le risposte ai quesiti posti.

**ENZO CHELI, Presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.** Per quanto riguarda la domanda dell'onorevole Giulietti sulla stagnazione del mercato e su come possa incidere la concentrazione pubblicitaria che si registra nel nostro sistema, in questa audizione abbiamo trattato solo i punti evidenziati nel disegno di legge. Quindi abbiamo parlato di stagnazione del mercato sotto il profilo della distribuzione, mentre il tema generale della distribuzione delle risorse economiche della pubblicità è estraneo a questa materia: naturalmente, se la questione venisse posta in termini generali, l'intreccio esisterebbe. Inoltre, la situazione della stampa, che abbiamo denunciato nelle ultime sei relazioni al Parlamento, comparativamente con quella del sistema radiotelevisivo, è decisamente critica. Oggi si assiste a un'evoluzione dell'offerta editoriale e, di conseguenza, i bilanci di talune imprese di editoria quotidiana stanno migliorando sensibilmente, ma per la maggior diffusione del quotidiano abbinato al prodotto librario.

In questa visione, che resta critica per l'editoria in genere, in particolare per quella quotidiana, la previsione nella legge finanziaria di interventi sulla linea del *bonus* triennale — anche se questa materia

esula dalle nostre competenze — sarebbe senz'altro auspicabile. Comunque, questi interventi di tipo agevolativo e contributivo, che troviamo anche nel disegno di legge, vanno sempre verificati alla luce della compatibilità con le discipline comunitarie. Tuttavia, nel quadro di una crisi in atto che non è affatto superata, interventi di tipo strutturale sarebbero senz'altro opportuni.

Per quanto riguarda il calcolo del valore del SIC, l'Autorità ha iniziato, attraverso il proprio servizio di analisi di mercato e concorrenza, un lavoro non semplice per la definizione dei suoi comparti. All'inizio di ottobre, l'Autorità ha avviato un'indagine specifica su due dei mercati che compongono il SIC, quello radiotelevisivo e quello delle risorse che attengono al mercato pubblicitario, e ha imboccato questa strada proprio per una questione di semplificazione. Mentre il SIC è una categoria nuova, che su alcuni settori ci impone di cominciare la rilevazione economica dall'inizio, sul sistema radiotelevisivo e della raccolta pubblicitaria abbiamo l'esperienza delle precedenti istruttorie che si sono chiuse nel giugno dello scorso anno.

Il tema più delicato è quello degli organici; lo abbiamo segnalato insistentemente in particolare nella relazione di quest'anno. La struttura dell'Autorità, a regime, prevede 320 persone, con un'aggiunta di 15 unità prevista dalla legge sul conflitto di interessi. Tuttavia, non considerandoci un'Autorità delle telecomunicazioni, dell'audiovisivo, dell'editoria e della pubblicità, ma della convergenza di questi diversi comparti, se facessimo una comparazione con la situazione inglese — che dall'*Oftel* (telecomunicazioni) passa all'*Ofcom* (sistema integrato della comunicazione) — scaturirebbe un rapporto di 320 a 3000.

Fin dall'avvio della legge Maccanico esisteva un evidente squilibrio tra la quantità e la qualità delle funzioni assegnate all'Autorità e l'esiguità della struttura, ma il dato più preoccupante è che nell'ultimo anno e mezzo le sue funzioni sono praticamente raddoppiate (codice delle comu-

nicazioni elettroniche, legge n. 112 del 2004, legge sul conflitto di interessi). Solo la legge n. 112 del 2004 assegna 25 nuove funzioni all'Autorità, mentre il codice delle comunicazioni elettroniche e la legge sul conflitto di interessi ne aggiungono altre. In base alle riduzioni che tutte le amministrazioni hanno subito nell'arco degli ultimi due anni, le risorse per l'Autorità sono diminuite di circa il 15 per cento e questo fa aumentare la forbice già esistente all'inizio.

Il problema delle risorse è indirettamente una risposta a chi ci critica di non aver attivato un controllo diretto dell'Auditel e un monitoraggio adeguato su tutti i settori che la legge Maccanico ha assegnato all'Autorità. Le sanzioni hanno avuto sul settore della pubblicità istituzionale un'evoluzione recente perché l'Autorità, in base alla legge n. 67 del 1987, riceve le comunicazioni delle amministrazioni sulla quota destinata ai quotidiani. Prima dell'entrata in vigore della legge n. 112 del 2004 l'aspetto sanzionatorio era gestito dal Ministero dell'interno e dalle prefetture, mentre con tale legge la competenza è passata all'Autorità, che in passato ha applicato le sanzioni ricorrendo al comma 30 dell'articolo 1 della legge Maccanico. Infatti, quando le amministrazioni non rispondevano alla richiesta di comunicare, si verificava una violazione dell'obbligo di informativa e l'Autorità interveniva applicando sanzioni. Questa evoluzione normativa ha anche chiarito i dubbi che l'onorevole Giulietti poneva sui soggetti destinatari. Oggi la categoria è ampliata e tutte le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici (università, camere di commercio) sono soggetti sicuramente sottostanti a questa disciplina.

DENIS VERDINI. Gli uffici giudiziari vi rientrano?

ENZO CHELI, *Presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*. Anche gli uffici giudiziari e credo che questo obbligo riguardi tutto ciò che è pubblico, amministrazione diretta e indiretta: almeno questa è la nostra lettura, poi ve-

dremo in sede applicativa quale eventuale contenzioso ne scaturirà. Registro con soddisfazione il fatto che ci siano state voci di adesione all'ipotesi del testo unico. Ora che iniziamo a lavorare sul progetto di testo unico sulla televisione, che il ministero ha trasmesso ai fini dell'intesa prevista dalla legge n. 112 del 2004, vediamo che l'esigenza di accorpate le disposizioni è diventata essenziale, in considerazione non solo della complessa e casuale stratificazione che ha avuto nel tempo la normativa in materia televisiva e ancor più in quella editoriale, ma anche dei processi di convergenza in atto, che vanno adeguati alle discipline comunitarie. Occorre anche stabilire una chiara delimitazione tra competenze statali e regionali. Se si lavorasse sul testo unico della televisione in parallelo con il settore editoriale, si favorirebbe pure la riflessione generale sulle risorse, che poi sono sostanzialmente convergenti al pari delle tecnologie.

GIUSEPPE SANGIORGI, *Componente della Commissione per i servizi ed i prodotti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*. La mole delle questioni affrontate è tale da essere degna di un convegno, più che di risposte sintetiche! Per quanto riguarda il tema dei mini *spot* e del monitoraggio, in risposta all'onorevole Giulietti, ricordo che si tratta del tema generale del monitoraggio. Ci si deve poi porre il problema di come l'Autorità, con le risorse ed il personale a sua disposizione, possa direttamente agire su tutti i temi del monitoraggio, che riguardano la disciplina della pubblicità, la *par condicio*, il pluralismo, nonché l'Auditel, perché quest'ultimo è una forma di monitoraggio. È quindi un tema generale da dibattere nel prosieguo dell'attività dell'Autorità.

L'aspetto relativo ai mini *spot* attiene al tema delle sanzioni: l'equivoco nasce dal fatto che l'articolo 31 della legge Mammi parla di sanzioni, come il comma 31 dell'articolo 1 del disegno di legge al nostro esame. In sede di definizione del testo unico, poiché la delega è da interpretarsi in termini dinamici, quando si

parla di integrazione e di modifica delle leggi perché possano assolvere meglio alle proprie finalità, un tema come quello delle sanzioni per chi non è attento alla disciplina sugli *spot* è assai delicato, dal momento che l'articolo 31 della legge Mammì rende quasi impossibile, da parte dell'Autorità, l'adozione di queste sanzioni. Si tratta di un percorso simile alla fatica di Sisifo: quando stiamo per arrivare alla conclusione, basta un atto di buona volontà dell'emittente perché tutto il procedimento, durato mesi e mesi, torni indietro.

In sede di coordinamento e di definizione del testo unico si può lavorare su quel tema. È un profilo interessante che l'Autorità al suo interno ha già affrontato, nel corso del primo dibattito che abbiamo svolto sul codice, ed arriverà anche nelle aule del Parlamento, considerato l'iter del testo unico.

Per quanto riguarda la normativa europea di riferimento, il tema generale di Internet è proprio questo. L'articolo 1 tenta di rispondere ed il tema è molto affascinante: Internet, per come è strutturato, va oltre la dimensione degli Stati e, soprattutto, oltre le leggi degli Stati.

Come fa ogni singolo ordinamento a tutelare effettivamente quei profili che ritiene meritevoli di tutela dal punto di vista civile e penale? Nel caso richiamato nell'articolo 1, il tema è molto dibattuto. Una delle sentenze più interessanti sul punto è quella della Corte suprema degli Stati Uniti sulla vicenda di *Yahoo* francese, accusato di fare pubblicità ad elementi di tipo nazista, nella quale la Corte si è pronunciata preferendo la « libertà delle libertà ». Non può uno Stato straniero chiedere alla giustizia degli Stati Uniti qualcosa che è contrario al primo emendamento della Costituzione. Su questa materia, si deve procedere solo per accordi internazionali di tipo europeo ed extraeuropeo. Internet è l'ONU della comunicazione *on line* nel mondo! È l'aspetto più interessante sul quale lavorare insieme.

Per quanto riguarda il tema della riserva, già incidentalmente si è detto quanto si sia allargata la platea dei sog-

getti pubblici che sono obbligati a questa forma di comunicazione istituzionale così ripartita. Pertanto, le risorse che « corrono » su questo mercato non sono più residui attivi per qualche impresa che riesca ad approfittarne, ma possono diventare voce di bilancio. Ecco perché, rispetto all'editoria più piccola della fascia debole, che comunque è quella della carta stampata, si pone il problema del *no profit*. Lo si studierà per i profili costituzionali: certo per il settore televisivo una quota di riserva per l'emittenza locale esiste; non vedo perché, in analogia, non possa esservi una quota di riserva per la stampa *no profit*. In ogni caso, se vi sono profili di carattere costituzionale, l'Autorità sarà ben lieta di studiarli.

Per quanto riguarda il Registro degli operatori di comunicazione, esso presenta a oggi i seguenti numeri: editori iscritti al Registro degli operatori di comunicazione, 8403; editori di editoria elettronica iscritti al registro, 470; concessionari di pubblicità, 682; editori di radiodiffusione sonora e televisiva, 2014; produttori e distributori di programmi, 1038; agenzie a carattere nazionale, 58; servizi telematici o di telecomunicazioni, 397. È una platea di oltre diecimila imprese, che movimentano il Registro con migliaia e migliaia di comunicazioni all'anno. La nostra sfida in questi anni è quella di realizzare un sistema interamente informatizzato. Questo ha determinato e determinerà una certa rapidità.

Anche in questo caso, rispetto a questo immenso asse attrezzato, forse poco conosciuto all'esterno, sul quale ruota tutta l'attività dell'Autorità, ai fini di conoscenza interna ed esterna, per i compiti che abbiamo nei confronti del Parlamento come nei confronti dell'Unione europea, il tema del Registro degli operatori di comunicazione è uno di quelli che si connettono al problema generale dell'organico dell'Autorità. Il presidente lo ha ricordato anche in relazione alle competenze che le ultime leggi ci hanno attribuito. Chi di voi è esperto in materie giuridiche, e questo è un luogo deputato, saprà quali sono le competenze inizialmente previste dalla

legge istitutiva n. 249 del 1997; saprà quali sono quelle attribuite da leggi precedenti ed infine saprà quali sono quelle che, a partire (ad esempio) dalla legge n. 28 del 2000 e dalla legge n. 122 del 1998, sono state attribuite successivamente all'Autorità. Ci si renderà conto che al termine di questi sette anni occorre svolgere una riflessione importante, tra luci ed ombre. Se non si comprendono alcuni motivi di difficoltà dell'Autorità, non si riuscirà ad incidere sulla funzionalità della stessa. Mi sembra che questo sia tuttavia un altro tema, del quale discorrere in un'altra occasione.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti e i colleghi intervenuti.

Dichiaro conclusa l'audizione.

**Audizione del presidente del Garante per la protezione dei dati personali, nell'ambito dell'esame del disegno di legge C. 4163, in materia di editoria e diffusione della stampa quotidiana e periodica.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del regolamento, del presidente del Garante per la protezione dei dati personali, nell'ambito dell'esame del disegno di legge C. 4163, in materia di editoria e diffusione della stampa quotidiana e periodica.

Do la parola al professor Rodotà, ringraziandolo per la sua presenza e scusandomi per il ritardo causato dal protrarsi dei precedenti lavori.

STEFANO RODOTÀ, *Presidente del Garante per la protezione dei dati personali*. Vorrei innanzitutto ringraziare la Commissione per l'invito rivoltomi. Per quanto riguarda il ritardo, chi ha trascorso molti anni qui dentro sa che sono ordinari inconvenienti dei lavori parlamentari.

Nell'esposizione mi limiterò ad alcune questioni che sono di stretta competenza dell'Autorità che presiedo; tuttavia, preparandoci per questa audizione, sono emerse

alcune non piccolissime questioni di coordinamento eventuale, alle quali farò un rapidissimo cenno. Se la Commissione fosse interessata, potremmo farvi pervenire il nostro primo piccolo documento di lavoro, anche se andremmo oltre il seminato. Potrebbe tuttavia non essere inutile.

Vorrei subito far presente che, come è ovvio, il nostro interesse come Autorità si incentra anzitutto sull'articolo 1 del disegno di legge. Le precisazioni fornite nella seduta del 30 settembre dal relatore — leggo: « suggerisce l'opportunità di prevedere una norma che dia trasparenza ai siti Internet » e quant'altro —, sono da noi condivise, anche perché in qualche misura si tratta di un adempimento già presente nel sistema. Mi limiterò pertanto a fornire qualche piccola precisazione, per evitare che attraverso complicazioni terminologiche si possa generare qualche equivoco.

In sostanza, i tre commi dell'articolo 1 si riferiscono a fattispecie diverse; tuttavia il problema, considerato dal nostro punto di vista, che è quello del relatore, riguarda la trasparenza. In buona sostanza, il problema è di sapere a chi si debba rivolgere un cittadino che, per varie ragioni, sia venuto a conoscenza o ritenga che i dati che lo riguardano siano trattati dal sito Internet o in generale dalla testata, che qui è definita « testata giornalistica in formato elettronico ». Questo corrisponde ai principi fondativi della legge sulla *privacy*, il decreto legislativo n. 196 dello scorso anno. Dunque, come si deve concretamente strutturare tutto ciò? Valuterete se sia o meno opportuna una precisazione.

Probabilmente, se si facesse soltanto riferimento all'articolo 28 del codice per la tutela dei dati personali e all'articolo 2, comma 2, del codice deontologico per l'attività giornalistica, le questioni potrebbero essere sostanzialmente risolte senza appesantimenti ulteriori del testo. Quali problemi possono nascere? In generale, per qualsiasi trattamento di dati — raccolta, utilizzazione e diffusione — è necessario indicare il titolare del trattamento, cioè il soggetto che assume la responsabilità per il loro uso. Al titolare del trattamento possono essere affiancati dei

responsabili del trattamento medesimo, cioè i soggetti che rispondono delle modalità dell'uso di queste informazioni personali in settori determinati.

Nelle situazioni che avete individuato — i siti aventi natura editoriale e le testate giornalistiche in formato elettronico — sarebbe, in realtà, sufficiente individuare un titolare del trattamento. Infatti, nel caso di una molteplicità di testate — allora parlavamo di quelle giornalistiche, con un parere che rendemmo su richiesta del comitato di redazione di *La Repubblica* —, per semplificare l'attività giornalistica avevamo detto che il titolare del trattamento era l'azienda editoriale; inoltre, non dovevano aversi tanti titolari quante potevano essere le molteplici o infinite articolazioni di questa azienda. Naturalmente, per economia di gestione o per altre finalità in molti casi — più cresce la complessità dell'organizzazione, più questo è necessario —, si nominano dei responsabili del trattamento. Allora, un sito avente natura editoriale può essere del tutto autonomo, senza avere dietro un editore di testate giornalistiche: in questo caso, può esserci solo l'individuazione di un titolare, o quest'ultimo può anche identificare per opportunità gestionale un responsabile del trattamento.

Inoltre, l'editore di testate giornalistiche (comma 2) può dire che esiste soltanto un riferimento, cioè il titolare generale, oppure articola una serie di responsabili per quante sono le testate giornalistiche. Attenzione: il responsabile del trattamento non è necessariamente il direttore responsabile. L'uso dello stesso termine « responsabile » non deve indurre in equivoco, perché in questo caso sussiste la questione se sia necessario un direttore responsabile, ai sensi delle leggi sulla stampa del 1948, anche per questi siti. Voglio eliminare il rischio di equivoco: anche quando si decidesse di nominare un responsabile del trattamento, questo tipo di scelta e questa figura non implicherebbe la necessità di un direttore responsabile.

Il secondo punto, legato all'esigenza e alla prospettiva di trasparenza, esige alcuni ulteriori adempimenti e per questo

ho fatto riferimento all'opportunità di un rinvio a quanto disposto dall'articolo 2, comma 2, del codice di deontologia per l'attività giornalistica. In questo caso si dice che, se i dati personali sono raccolti presso banche dati di uso relazionale, le imprese editoriali sono tenute a rendere noti al pubblico, mediante annunci almeno due volte l'anno, l'esistenza dell'archivio e il luogo dove è possibile esercitare i diritti previsti, indicando anche fra i dati della gerenza il responsabile del trattamento, al quale le persone interessate possono rivolgersi per esercitare i diritti previsti dalla legge. Infine, in una raccomandazione del gruppo dei garanti europei del maggio 2001 si dice che l'informazione minima da fornire è identità, indirizzo fisico ed elettronico del responsabile del trattamento. Dunque, deve essere identificato il soggetto al quale i cittadini possono rivolgersi per esercitare i loro diritti e questo può avvenire nella forma di un titolare o di un responsabile del trattamento. Tutto ciò deve comportare quella che tecnicamente si chiama una *policy* di *privacy*, cioè l'indicazione sul medesimo sito, in modo riconoscibile da parte di chi accede allo stesso, del soggetto a cui ci può rivolgere, con la specificazione dell'indirizzo fisico o di posta elettronica al quale raggiungerlo.

Naturalmente è consigliabile — è la *policy* che viene seguita da tutti i grandi siti in materia — che accanto a questa indicazione minima sia previsto un *link* che rinvia ad una pagina che spieghi la cosiddetta *policy* del sito (le modalità di raccolta, l'informativa che deve essere fornita ai vari soggetti — con tutte le eccezioni previste dalla legge — ai quali si riferiscono le informazioni raccolte). Dunque, bisogna tener presente la distinzione di queste varie figure, l'opportunità o la necessità, perché l'articolo 28 del codice, cioè della legge di base, stabilisce che quando il trattamento è effettuato da persona giuridica, da pubblica amministrazione e da qualunque altro ente, associazione od organismo, il titolare del trattamento è l'entità nel suo complesso. Se ritenete opportuna un'integrazione dell'articolo 1, pos-