



Giunte e Commissioni

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

n. 20

*N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.*

**7<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE** (Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport)

**INDAGINE CONOSCITIVA SUL CINEMA E LO SPETTACOLO DAL VIVO**

86<sup>a</sup> seduta: giovedì 31 maggio 2007

Presidenza della presidente Vittoria FRANCO

**I N D I C E****Audizione di rappresentanti dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)**

PRESIDENTE ..... Pag. 3, 10, 11 | CALABRÒ ..... Pag. 3, 11

---

***N.B. L’asterisco accanto al nome riportato nell’indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.***

*Sigle dei Gruppi parlamentari: Alleanza Nazionale: AN; Democrazia Cristiana per le autonomie-Partito Repubblicano Italiano-Movimento per l’Autonomia: DCA-PRI-MPA; Forza Italia: FI; Insieme con l’Unione Verdi-Comunisti Italiani: IU-Verdi-Com; Lega Nord Padania: LNP; L’Ulivo: Ulivo; Per le Autonomie: Aut; Rifondazione Comunista-Sinistra Europea: RC-SE; Sinistra Democratica per il Socialismo Europeo: SDSE; Unione dei Democraticicristiani e di Centro (UDC): UDC; Misto: Misto; Misto-Consumatori: Misto-Consum; Misto-Italia dei Valori: Misto-IdV; Misto-Italiani nel mondo: Misto-Inn; Misto-L’Italia di mezzo: Misto-Idm; Misto-Partito Democratico Meridionale (PDM): Misto-PDM; Misto-Popolari-Udeur: Misto-Pop-Udeur; Misto-Sinistra Critica: Misto-SC.*

*Intervengono, per l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, il presidente, dottor Corrado Calabrò, il capo di gabinetto, dottor Guido Stazi, il direttore contenuti audiovisivi e multimediali, dottoressa Laura Aria, e il portavoce, dottor Franco Angrisani.*

*I lavori hanno inizio alle ore 15.*

*PROCEDURE INFORMATIVE*

**Audizione di rappresentanti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sul cinema e lo spettacolo dal vivo, sospesa nella seduta del 17 maggio scorso.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non si fanno osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

È oggi prevista l'audizione di rappresentanti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM). Sono presenti il presidente, dottor Corrado Calabrò, il capo di gabinetto, dottor Guido Stazi, il direttore contenuti audiovisivi e multimediali, dottoressa Laura Aria, e il portavoce, dottor Franco Angrisani.

Do il benvenuto ai nostri ospiti che ringrazio per aver accettato l'invito a partecipare a quest'indagine conoscitiva che abbiamo avviato alcuni mesi fa e che sta per concludersi. Elaboreremo un documento finale; quindi, il vostro contributo sarà molto utile.

Se lascerete della documentazione, la faremo avere ai membri della Commissione oggi assenti. Cedo la parola al presidente Calabrò.

CALABRÒ. Signora Presidente, la ringrazio per aver dato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni l'opportunità di fornire il proprio contributo alla vostra riflessione nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul cinema e lo spettacolo dal vivo. Lasceremo comunque un documento, così da ridurre i tempi dell'intervento odierno.

La direttiva «TV senza frontiere», già nel testo approvato nel 1989 e così come modificata successivamente, considerava necessario creare le condizioni più adeguate per promuovere la competitività e favorire lo sviluppo dell'industria audiovisiva europea. Nella nuova versione della direttiva, approvata nel 1997, tale impegno è stato ribadito ed ampliato anche con riferimento all'esigenza di promuovere attivamente la produzione in-

dipendente, tenendo conto della capacità audiovisiva di ciascuno Stato membro e dell'esigenza di tutelare le lingue meno utilizzate.

Come noto, è attualmente in corso la revisione della direttiva «TV senza frontiere», che è giunta ormai alle soglie dell'accordo politico, per cui si prevede che entro la fine di quest'anno venga approvata. Credo che gli Stati dispongano di 24 mesi per il recepimento; comunque, la direttiva contiene informazioni sufficientemente univoche per trovare applicazione *ex se*.

Se il quadro comunitario delinea con chiarezza gli obiettivi della politica audiovisiva europea, gli interventi del legislatore nazionale in materia non hanno però avuto sinora il carattere della sistematicità; per cui, oggi si sente forte l'esigenza di una riforma per far fronte all'agguerrita concorrenza di prodotti stranieri. Oggi, in Italia, anche nel cinema si vive la «stagione dell'effimero», dell'intrattenimento scacciapensieri. Nonostante a volte, nel mercato, il prodotto cattivo (come la cattiva moneta) scaccia quello buono, alla lunga – specie nel confronto con l'innovativa produzione del passato che ha fatto scuola e *trend* nel mondo – il riferimento non può non risentirne.

Sulle dimensioni e sulla possibilità di essere considerato produttore anche quando in realtà la produzione deriva dall'estero rinvio al mio documento dove si può trovare un'analisi abbastanza particolareggiata a livello giuridico. Desidero segnalare che il frequente ricorso alla tipologia del produttore delegato (o esecutivo) e a quella del produttore finanziatore dimostra un certo grado di concentrazione nel settore sotto forma di integrazione verticale del mercato, nel quale spesso i grandi distributori nazionali svolgono in proprio anche la fase di produzione (produttore-finanziatore) o la delegano a produttori che svolgono mansioni di tipo eminentemente esecutivo (produttore-esecutivo).

La fase di distribuzione costituisce uno snodo fondamentale nella filiera cinematografica e si pone a valle della fase di produzione ed a monte di quella della commercializzazione al pubblico del prodotto. La distribuzione ha una dimensione nazionale, essendo svolta *in primis* nelle sale. Anche tale settore presenta un grado di concentrazione elevato ed è frequente il ricorso all'integrazione verticale: secondo i dati forniti in questa sede dal presidente dell'*Antitrust* (che risultano anche a noi), i primi cinque operatori nel 2006 hanno inciso per circa il 60 per cento e i primi otto per circa l'85 per cento degli incassi in Italia. Di essi, tre sono italiani (Rai, Mediaset, Cecchi Gori), di cui due collegati ai maggiori gruppi televisivi nazionali, mentre gli altri cinque fanno capo a *major* statunitensi.

La distribuzione del prodotto cinematografico non si ferma alla sola proiezione nelle sale. Essa, infatti, si articola in un complesso sistema di fasi di sfruttamento (*windowing*) che prevede periodi temporali di esclusiva sui diversi mezzi, misurati sulle caratteristiche della fruizione tipica da parte del pubblico. Il passaggio in sala cinematografica (abituamente per una prima finestra garantita di quattro mesi) costituisce solo la prima fase di sfruttamento dell'opera filmica, seguita da quella dell'*home video* (per un periodo, in genere, di tre mesi), dal *video on demand* (VOD), dalla

*pay-per-view* (tre mesi), dalla *pay-tv* (12 o 13 mesi) e dalla *free tv* (in genere quattro o cinque anni per quattro o cinque passaggi). La diffusione televisiva a pagamento (nelle forme del *video on demand*, della *pay-per-view* e della *pay-tv*) e/o *free tv* interviene quindi come naturale conclusione del ciclo di sfruttamento del prodotto cinematografico.

Anche il mercato cinematografico italiano, come quello televisivo, è pertanto caratterizzato dalla presenza di pochi soggetti e questo, nel medio-lungo periodo può precludere la crescita di altri produttori, sia cinematografici che televisivi, in grado (per forza editoriale e per consistenza) di essere davvero indipendenti e, dunque, può rendere più stentato lo sviluppo di nuove fonti di produzione che offrano sbocchi per talenti creativi nel settore culturale.

Il collegamento tra i mercati cinematografico e televisivo esiste, dunque, ed è anche stato sancito a livello normativo dalla legge n. 122 del 1998, la quale – in recepimento delle previsioni della direttiva «TV senza frontiere» – ha imposto alle emittenti televisive nazionali un insieme di obblighi di programmazione e di investimento a favore delle opere europee, ivi comprendendo anche i film e le opere dei produttori indipendenti. L’emanazione di tale normativa ha rappresentato un indubbio fattore di propulsione per l’intero comparto ed ha indotto i due grandi *player* del settore televisivo (Rai e Mediaset) a rivedere le proprie strategie nei confronti del cinema. Tuttavia, il sistema delle quote europee imposto dalla citata legge se da un lato ha determinato un risultato certamente positivo in termini di sviluppo dei grandi distributori – soprattutto per il genere *fiction* –, dall’altro non si è rivelato altrettanto positivo per il settore cinematografico e per la valorizzazione di generi di nicchia, come i documentari e gli spettacoli dal vivo.

Ci si chiederà: ma il mercato è proprio così? Il mercato, in realtà, è un po’ come lo si determina: nel Regno Unito la situazione è ben diversa grazie alla BBC che produce anche spettacoli dal vivo, riprese teatrali e di concerti, documentari scientifici, naturalistici e storici che vengono distribuiti in tutto il mondo. Una volta questo accadeva anche in Italia, mentre adesso avviene in misura molto molto minore e con prodotti di qualità assai inferiore: viene da chiedersi se la Rai creda ancora alla funzione culturale e formatrice del servizio pubblico.

La convergenza tra telecomunicazioni e audiovisivo sta cambiando gli scenari: il *desk* del *computer* è per i giovani lo schermo per la fruizione tanto delle comunicazioni personali quanto di informazioni, di musica, di dati, di CD, di DVD e della televisione. Si assiste in *internet* al fiorire dei microproduttori: «YouTube» lo dimostra.

Gli utenti tendono a non essere più destinatari passivi bensì utilizzatori interattivi: in televisione si potrà scegliere in misura sempre maggiore ciò che si desidera vedere grazie alla nuova tecnologia, fruibile con spesa modesta. La convergenza tra le diverse piattaforme trasmissive e digitali tende a determinare *in progress* profondi mutamenti di contesto. Attualmente in Italia si contano più di duecento canali nazionali disponibili su diverse piattaforme: cavo, satellite, digitale terrestre, oltre che sui tradizio-

nali canali analogici. La *tv on demand*, che fornisce contenuti culturali apprezzabili (o, per lo meno, migliori di quelli che fornisce la televisione lineare), sta conquistando un crescente gradimento.

In tale contesto potrebbe rivelarsi opportuna una riforma dell'attuale normativa sulle quote europee, non prima però di vedere come si concluderà l'*iter* relativo alla nuova direttiva «TV senza frontiere», ormai giunta al *rush* finale, se non proprio al traguardo.

Attualmente, l'articolo 44, comma 5, del Testo unico della radiotelevisione prevede l'obbligo di investimento in favore della produzione e dell'acquisto delle produzioni europee in misura pari al 10 per cento degli introiti netti annui di ciascuna emittente derivanti da pubblicità. Per la Rai, invece, è prevista una quota di investimento non inferiore al 15 per cento dei ricavi complessivi annui, composti da canone di abbonamento e da introiti pubblicitari.

La normativa, pertanto, oggi consente alle *pay tv* di assolvere a tale obbligo in maniera significativamente inferiore rispetto alle emittenti *free-to-air*, dal momento che mentre per le emittenti in chiaro gli introiti pubblicitari costituiscono la quasi totalità dei ricavi, per le emittenti a pagamento essi rappresentano, invece, una fonte di provento marginale. Si rende, dunque, necessario considerare anche altri proventi, quali carte prepagate o abbonamenti (solo per fare un esempio). Nel progetto «TV senza frontiere» si fa cenno a tale problematica, dunque il quadro di riferimento sembra in parte evolversi. Riteniamo che una nuova legge di riordino del sistema cinematografico debba tenere conto della filiera distributiva del prodotto alla luce dell'innovazione tecnologica.

Le competenze dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni nella materia oggetto dell'indagine conoscitiva da voi condotta derivano dallo stretto rapporto tra cinema e settore audiovisivo. Noi, come sapete, siamo tutti legati al settore audiovisivo ed è nostro compito assicurare la *par condicio* in periodo elettorale, ma anche garantire l'obiettività, l'equilibrio dell'informazione e il pluralismo in periodi non elettorali.

Come previsto dalla legge n. 249 del 1997, istitutiva dell'Autorità, teniamo un registro degli operatori di comunicazione (ROC), al quale sono tenute ad iscriversi anche le imprese di produzione e distribuzione dei programmi radiofonici e televisivi. Peraltro verso, il cinema è compreso tra le attività i cui ricavi concorrono a formare il sistema integrato delle comunicazioni (SIC), introdotto dalla legge n. 112 del 2004.

Per l'anno 2005 le risorse derivanti dall'utilizzazione delle opere cinematografiche, nelle diverse forme di fruizione (ma, comunque, prevalentemente derivanti dalla commercializzazione nelle sale cinematografiche e dall'*home video*), sono state stimate in oltre 1,4 miliardi di euro, di cui: 600 milioni di euro derivanti da incassi nelle sale cinematografiche, 750 milioni di euro da noleggio e vendita di DVD e 83 milioni di euro da pubblicità. Complessivamente il 2005 ha fatto registrare una diminuzione nei ricavi dell'8,3 per cento rispetto al 2004.

Per il 2006, purtroppo, non abbiamo a disposizione dei dati definitivi, tuttavia da quelli forniti dalla SIAE relativi al primo semestre risulta che i

proventi derivanti dagli incassi nelle sale cinematografiche sarebbero pari a 326 milioni di euro. Se questo fosse vero – non abbiamo motivo di dubitarne, anche se non abbiamo effettuato riscontri – la spesa del pubblico nelle sale cinematografiche sarebbe aumentata, rispetto al primo semestre 2005 (in cui era pari a 285 milioni di euro), di circa il 14 per cento.

Altra competenza dell'Autorità in materia è la regolamentazione dei cosiddetti «diritti residuali» dei produttori indipendenti. Tale figura risulta essere piuttosto evanescente, inafferrabile, ed ha creato non poca confusione; dunque, ritengo necessari di una rivisitazione radicale alla quale anche noi ci accingiamo nell'ambito delle nostre competenze. A tale proposito abbiamo avviato una apposita indagine conoscitiva (come è nostra abitudine: ogni qualvolta ci accingiamo ad intervenire in una materia esploriamo il campo confrontandoci con gli operatori e con i diretti interessati), anche al fine di assicurare una più forte tutela ai produttori indipendenti e alle opere dell'ingegno, oggi un po' sacrificate.

La questione è importante, non solo per astratte ragioni di affermazione della cultura, dei valori professionali e altre ancora, ma proprio perché in futuro è sulla disponibilità dei contenuti che si giocherà la vera concorrenza sul mercato. Siamo passati da una fase di carenza di capacità trasmissiva ad una fase di sufficienza e, probabilmente, di sovrabbondanza. Tuttavia, questa capacità non viene sfruttata da produttori veramente indipendenti (vi sono produttori che si mascherano da indipendenti, ma che in realtà sono collegati alle emittenti o alle imprese produttrici).

Neanche la direttiva comunitaria vigente reca una definizione vincolante di «produttore indipendente», demandandola, infatti, agli Stati membri nel quadro di alcuni criteri guida. Essa prevede, infatti, che: «Gli Stati membri, nel definire la nozione di produttore indipendente, dovrebbero tener conto di criteri come la proprietà della società di produzione, l'entità dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari». La definizione fa perno sul parametro della non destinazione del 90 per cento della propria produzione ad una sola emittente per un periodo di tre anni (criterio che è stato messo in risalto da recenti vicende assurde alla cronaca). Non è previsto un rapporto con il fatturato, né la norma considera i diritti di sfruttamento secondari che possono influire sulla nozione di produttore indipendente. È dunque auspicabile che il nuovo assetto normativo definisca con chiarezza quali sono le attività che caratterizzano il ruolo del produttore e, contemporaneamente, identifichi le peculiarità che devono essere possedute da un produttore che vuole definirsi «indipendente» e, in quanto tale, fruire dei benefici previsti dalla legge.

Veniamo al ruolo strategico che può essere giocato dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo nello sviluppo della produzione audiovisiva, cinematografica e televisiva italiana. È un tasto su cui torniamo spesso, che dà un suono forse poco gradito, forse stridente per qualcuno che ha responsabilità in materia, ma sul quale non smetteremo mai di battere. Ciò non per una nostra presa di posizione preconcepita ma perché questa è la collocazione, questo è l'inquadramento della funzione delle

concessionarie. E non lo dico solo io. La Corte di cassazione nella sentenza n. 284 del 2002, in materia di canone televisivo, ribadisce che «l'esistenza di un servizio radiotelevisivo pubblico, cioè promosso e organizzato dallo Stato, non più a titolo di monopolista legale della diffusione di programmi televisivi, ma nell'ambito di un sistema misto pubblico-privato, si giustifica però solo in quanto chi esercita tale servizio sia tenuto ad operare non come uno qualsiasi dei soggetti del limitato pluralismo di emittenti, nel rispetto, da tutti dovuto, dei principi generali del sistema (...) bensì svolgendo una funzione specifica per il miglior soddisfacimento del diritto dei cittadini all'informazione e per la diffusione della cultura».

Sappiamo che è stato presentato un disegno di legge di riforma della radiotelevisione, dunque vedremo quale sarà la normativa futura. Tuttavia, già la legislazione vigente prevede delle linee guida varate quest'anno dall'Autorità, d'intesa con il Ministero delle comunicazioni, anche se sembrerebbe vengano cancellate nel disegno di legge che dovrebbe modificare la disciplina in materia. Da parte nostra, era stato posto l'accento sull'esigenza di recuperare qualità; non ci è stato dato ascolto. Nel contratto di servizio stipulato con il Ministero, alla qualità presiede una commissione in cui sono predominanti i membri interni Rai, laddove noi prevedevamo una maggioranza di partecipanti indipendenti. Dunque, si ripiega su una visione intestina. In tale contesto, in questo ultimo anno, abbiamo notato uno scadimento progressivo della qualità in televisione, come risultato di una rincorsa emulativa al ribasso tra televisione pubblica e privata, sotto la spinta dei pubblicitari che guardano solo all'*audience*. Francamente ci sembra che non si vada nella direzione giusta. Mi rendo conto che la qualità è più facile chiederla che produrla perché qualità significa soprattutto creatività e innovazione, ma ciò non giustifica lo scetticismo e l'obliterazione del criterio. Che poi non sia un'utopia lo dimostrano, appunto, esempi di altre televisioni: in primo luogo, la BBC in Gran Bretagna, ma anche la televisione francese ha recuperato molto negli ultimi anni.

Al contrario, noi abbiamo sceso altri gradini nella scala della qualità, mossi dal falso convincimento che quanto più si degrada il livello della trasmissione, tanto più si allarga il *target* dei telespettatori e tanto più quella trasmissione è appetibile per i pubblicitari. Abbiamo dato luogo ad una sorta di diseducazione al gusto. Quest'ultimo è un qualcosa che si forma nel tempo; la prima volta che si vede una trasmissione di qualità non è detto che se ne percepisca il livello, ma ripetendo quel genere di trasmissione, con quel tipo d'innovazione, di creatività e di ricerca del meglio, progressivamente il gusto si forma. La dimostrazione migliore di tale teoria è rappresentata da quello che è forse il più importante spettacolo di massa: il calcio, quale fenomeno più seguito negli stadi e dinanzi ai televisori. Ebbene, la stragrande maggioranza dei telespettatori e dei tifosi nello stadio è in grado di distinguere il bel gioco da quello scadente, questo perché hanno visto il bel gioco. Se avessero visto giocare soltanto squadre che non lo sanno fare, che danno pedate alla palla, non avrebbero idea di che cosa sia il bel calcio.



All'interno della quota del 15 per cento dei ricavi della Rai da destinare alla produzione europea ed indipendente, il contratto di servizio ha stabilito una riserva del 20 per cento dedicata ai film destinati prioritariamente al circuito cinematografico, una riserva del 4 per cento per la produzione o l'acquisto di documentari e una riserva del 5 per cento per i cartoni animati e i film di animazione prodotti per l'infanzia.

Infine, vorrei fare qualche breve osservazione in merito alla cosiddetta tassa di scopo che, secondo gli orientamenti che stanno emergendo, verrebbe applicata sui fatturati di tutti i fruitori di contenuti filmici per la creazione di un nuovo fondo di finanziamento del cinema e dell'audiovisivo e del Centro nazionale del cinema e dell'audiovisivo. Entrambi gli istituti sono presenti da tempo in Francia, nazione che certamente è molto attenta nel tutelare il proprio prodotto nazionale. Vanno quindi in una direzione che già altri hanno perseguito. Bisogna poi vedere come funzionano. Comunque, da un punto di vista concorrenziale è essenziale assicurare una gestione trasparente, equa e non discriminatoria della ripartizione del finanziamento pubblico. Infatti vi può essere anche un effetto distortivo (alcuni finanziamenti hanno convinto ben poco). L'obiettivo dovrebbe essere l'incentivo allo sviluppo di quei progetti culturali che l'ordinamento nazionale e comunitario tutelano. Senza voler sbarrare la strada ad alcuno, si tratta di dare un sostegno nella direzione che le direttive comunitarie prefigurano, possibilmente anche nel campo del doppiaggio in cui gli italiani sono campioni. In nessun altro Paese c'è un doppiaggio di opere cinematografiche qualitativamente paragonabile a quello italiano.

In questo c'è anche qualche risvolto non del tutto positivo. Ho avuto modo di constatare personalmente in Romania, Ucraina, Polonia, Ungheria (ma anche in Cina) il grande interesse che c'è per la lingua italiana. La Francia sostiene la lingua francese con un imponente impegno di mezzi. Noi facciamo pochissimo. Eppure c'è tutta una fioritura spontanea di scuole d'italiano, di corsi d'italianistica e, in particolare in Romania e in Polonia, di corsi informativi sul nostro cinema degli anni d'oro: il cinema di Rossellini, di De Sica, di Visconti, di Fellini. Ciò dimostra che quando un prodotto è di alta qualità può anche non raggiungere il *top* dell'*audience*, ma resta nei decenni, laddove l'effimero scorre via come l'acqua.

Per quanto attiene al Centro nazionale del cinema e dell'audiovisivo, sarebbe opportuno prevedere dei criteri di collegamento con l'Autorità che consentano a quest'ultima di accedere ai dati raccolti dal Centro nell'espletamento della propria attività; dati che potrebbero peraltro risultare utili anche per il progetto che l'Autorità sta valutando di intraprendere, volto ad istituire nel proprio registro degli operatori di comunicazione un catasto nazionale delle opere audiovisive. Tale catasto permetterebbe una gestione più efficiente della materia dei diritti, assicurando maggiore trasparenza sulla titolarità degli stessi e sulla loro circolazione.

A tal fine abbiamo siglato, il 10 maggio scorso, un accordo con la SIAE, con il quale si prevede una reciproca collaborazione. L'intesa stabilisce un coordinamento continuo tra l'Autorità e la SIAE, con particolare

riferimento alla produzione e alla rivendita dei supporti multimediali e alle emissioni radiofoniche e televisive via etere e via cavo, con previsione di ispezioni congiunte. L'obiettivo comune è quello di favorire l'innovazione, la fruizione dei contenuti sulle reti a larga banda (l'autostrada dello sviluppo economico, sociale e informativo del domani che si inverte nell'oggi) e reti mobili, tutelando al tempo stesso l'ingegno e la proprietà intellettuale: questo è il grande rischio cui questi diritti sono esposti soprattutto con lo sviluppo di *internet*.

In conclusione, permettetemi di accennare all'innovazione tecnologica. Credo che sia presente a tutti, ma mi si consenta di sottolineare ancora che, nonostante la digitalizzazione dei contenuti e le nuove tecnologie di trasmissione e di visualizzazione delle immagini stiano modificando le abitudini dei cittadini italiani, il settore della produzione e distribuzione audiovisiva e cinematografica fatica molto a recepire le nuove tendenze e ad applicare i nuovi *standard*. La futura legge potrebbe rappresentare un'occasione irripetibile per far sviluppare anche in Italia la produzione in alta definizione e – perché no? – la rimasterizzazione con le nuove tecniche digitali del nostro patrimonio filmico.

Se la larga banda arriverà in Italia, se ci saranno gli investimenti necessari (come avviene in tutti gli altri Paesi, laddove l'Italia è in ritardo, indugia, non vuole compiere questo sforzo, anche se ritengo che prima o poi ci si arriverà), anche la televisione ad alta definizione avrà una possibilità di diffusione maggiore. Qualcuno la considera relegata nel futuribile, ma in Giappone, nelle abitazioni, è già una realtà e in Francia è sulla soglia. Sarebbe bene comunque considerare questo aspetto. Io che sono avanti negli anni ricordo il momento del passaggio dalla televisione in bianco e nero a quella a colori e lo scetticismo anche di un insigne esponente politico al riguardo, il quale sosteneva che la televisione in bianco e nero per l'Italia fosse sufficiente. La televisione a colori è arrivata e ha conquistato il mercato. L'unica conseguenza è stata che la tecnologia italiana non ha trovato mercato perché nel frattempo l'avevano conquistato gli altri.

PRESIDENTE. Ringrazio il presidente Calabrò per la sua esposizione ricca e stimolante che ci sarà sicuramente utile nel prosieguo dei nostri lavori.

La vorrei sollecitare sulla definizione di produttore indipendente, che ritengo dovrebbe rappresentare uno dei pilastri di una nuova legge di riforma del cinema italiano. Se si arriverà – come lei ha accennato – a un nuovo tipo di *governance* del cinema che abbia come fondamento il Centro nazionale del cinema e dell'audiovisivo, è evidente che la definizione di produttore indipendente ne debba costituire la premessa.

Le chiedo se ha suggerimenti da darci, in linea con la direttiva europea, per aiutarci ad individuare le caratteristiche dell'indipendenza della produzione.

CALABRÒ. Al riguardo abbiamo un regolamento che risale al 2003, del quale dovremo procedere ad una revisione in tempi molto ravvicinati; appena avremo a disposizione una nuova definizione a livello regolamentare la faremo pervenire a questa Commissione affinché si possa conoscere il nostro orientamento.

Intendiamo spingerci quanto più avanti possibile, nel quadro delle leggi vigenti, segnalando dove la cornice normativa attuale debba essere superata a livello legislativo, ambito nel quale non possiamo inoltrarci.

PRESIDENTE. Nel ringraziare ancora una volta il presidente Calabrò e tutta la delegazione dell'AGCOM, dichiaro conclusa l'audizione odierna. Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 15,35.*

