

Smaltimento scorte

Sia i lotti già prodotti alla data di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana della presente determina che i lotti prodotti nel periodo di cui all'art. 2, comma 1, della presente determina, che non riportino le modifiche autorizzate, possono essere mantenuti in commercio fino alla data di scadenza del medicinale indicata in etichetta. A decorrere dal termine di trenta giorni dalla data di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana della presente determina, i farmacisti sono tenuti a consegnare il foglio illustrativo aggiornato agli utenti, che scelgono la modalità di ritiro in formato cartaceo o analogico o mediante l'utilizzo di metodi digitali alternativi. Il titolare A.I.C. rende accessibile al farmacista il foglio illustrativo aggiornato entro il medesimo termine.

Decorrenza di efficacia della determina

La determina ha effetto dal giorno successivo a quello della sua pubblicazione, per estratto, nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana e sarà notificata alla società titolare dell'autorizzazione all'immissione in commercio del medicinale.

24A02538

MINISTERO DELL'INTERNO

Comunicato relativo al decreto del Ministro dell'interno, di concerto con il Ministro della giustizia ed il Ministro dell'economia e delle finanze del 14 settembre 2023 recante «Indicazione dell'importo e delle modalità di prestazione della garanzia finanziaria a carico dello straniero durante lo svolgimento della procedura per l'accertamento del diritto di accedere al territorio dello Stato e contestuale abrogazione del decreto del 14 settembre 2023».

Il decreto del Ministro dell'interno, di concerto con il Ministro della giustizia ed il Ministro dell'economia e delle finanze in epigrafe, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* - Serie generale - n. 118 del 22 maggio 2024, si intende annullato, in quanto già pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* - Serie generale - n. 221 del 21 settembre 2023.

24A02740

MINISTERO DELLA DIFESA**Concessione della croce d'oro al merito dell'Arma dei carabinieri**

Con decreto ministeriale n. 857 datato 7 maggio 2024 è stata concessa la croce d'oro al merito dell'Arma dei carabinieri al Lieutenant General Hazza Khalil Mansour Al Shahwani Al Hajri, nato il 2 marzo 1965 a Doha (Qatar), con la seguente motivazione:

«Comandante della Guardia dell'Emiro del Qatar, con straordinaria capacità e acuta lungimiranza, ha operato per consolidare il rapporto di cooperazione che lega le due istituzioni. In tale comunione d'intenti, con intelligente iniziativa e infaticabile impegno, ha rafforzato la collaborazione bilaterale, tradottasi in molteplici attività di mutuo scambio e accrescimento istituzionale, che ha permesso lo sviluppo e il progresso di entrambi i Corpi di polizia, esaltandone il prestigio».

Territorio nazionale ed estero, gennaio 2007 - maggio 2024.

24A02568

**MINISTERO DELLE IMPRESE
E DEL MADE IN ITALY**

Contratto nazionale di servizio tra il Ministero delle imprese e del made in Italy e la Rai - Radiotelevisione italiana S.p.a. che regola per il triennio 2023-2028 l'attività svolta dalla Rai ai fini dell'espletamento del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.

CONTRATTO DI SERVIZIO 2023-2028

Premessa

1. Il contesto normativo di riferimento, relativamente al servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, è definito nei seguenti provvedimenti:

a. decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, con particolare riferimento al titolo VIII, art. 59 (di seguito anche TUSMA), recante la definizione dei compiti del servizio pubblico, radiofonico, televisivo e multimediale;

b. decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 28 aprile 2017, «Affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed approvazione dell'annesso Schema di Convenzione»;

c. delibera del 18 maggio 2022 del Consiglio dei ministri, di adozione dell'«Atto di indirizzo per la definizione delle linee guida sul contenuto del contratto di servizio 2023-2028»;

d. delibera n. 266/22/Cons. dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Allegato A. recante «Linee Guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale».

2. Il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, ai sensi dell'art. 59 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, è affidato in concessione alla RAI Radiotelevisione italiana spa (di seguito denominata Rai o, alternativamente, Concessionaria).

3. Il Ministero delle imprese e del made in Italy (di seguito denominato «Ministero») con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 28 aprile 2017 ha affidato in concessione in esclusiva a Rai, alle condizioni e con le modalità stabilite con la convenzione del 27 luglio 2017 (di seguito «Convenzione»), l'esercizio del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, con durata decennale, in cui sono indicate le condizioni di esercizio del servizio pubblico vincolanti per la società Concessionaria.

4. Il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale è svolto sulla base di un contratto nazionale di servizio stipulato con il Ministero, previa delibera del Consiglio dei ministri.

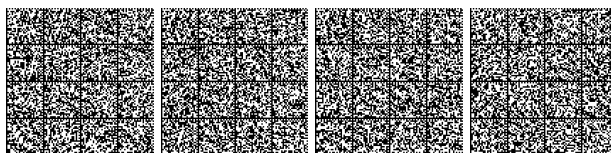
5. Ai fini della definizione del contratto nazionale di servizio 2023-2028, considerato l'Atto di indirizzo del Consiglio dei ministri approvato in data 18 maggio 2022 e le Linee guida AGCom del 19 luglio 2022, il Ministero e la Rai ritengono necessario seguire tre linee direttrici volte ad assicurare un adeguato livello di qualità del servizio pubblico e a soddisfare le esigenze della popolazione:

a. in coerenza con le risorse economiche pubbliche derivanti dal canone riconosciute a Rai, indicare con chiarezza gli impegni e gli obblighi del contratto di servizio, ferma rimanendo l'esigenza di garantire la sostenibilità economica, l'efficienza aziendale e la razionalizzazione della spesa;

b. ridefinire la missione del servizio pubblico, in una prospettiva pluriennale, alla luce delle esigenze del cittadino utente secondo i principi della rilevanza, inclusività, sostenibilità, responsabilità e affidabilità, con particolare riguardo alle sfide della transizione digitale ed ambientale del Paese;

c. assicurare una massima coerenza degli obblighi assunti nel contratto di servizio, in particolare attraverso l'introduzione di obiettivi misurabili, e la relativa pubblicazione periodica, nonché potenziando le modalità, gli strumenti e gli organi di verifica dell'attuazione dei suddetti obiettivi.

6. Al fine di garantire un'offerta inclusiva e accessibile anche ai cittadini utenti con disabilità sensoriali, il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale deve svolgersi nel pieno rispetto della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, ratificata con legge 3 marzo 2009, n. 18.



Art. 1.

Oggetto del Contratto nazionale di servizio

1. Tenuto conto del complessivo quadro normativo e regolatorio e ferme restando le previsioni di cui alla Convenzione, il presente Contratto ha per oggetto l'attività che la Rai svolge ai fini dell'espletamento del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale definita anche in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

2. La Rai per lo svolgimento delle attività inerenti al servizio pubblico può avvalersi di società da essa controllate e partecipate ai sensi dell'art. 2359 del codice civile

Art. 2.

Principi generali e obiettivi dell'offerta di servizio pubblico

1. La Rai deve assicurare ai cittadini utenti un'offerta complessiva di servizio pubblico rilevante, ossia di valore e di qualità per il benessere e la vita degli utenti e la coesione sociale, inclusiva, ossia accessibile a tutti, non discriminatoria e attenta ai bisogni di ognuno, sostenibile e innovativa, perché promuove la sensibilità ambientale, sociale e le competenze digitali, responsabile nei suoi contenuti editoriali, anche in quelli di intrattenimento, e affidabile nella sua informazione e nel suo rapporto con il cittadino utente.

2. L'offerta di servizio pubblico deve essere improntata ai valori costituzionali e ai principi di imparzialità, indipendenza, pluralismo, completezza, correttezza, obiettività, legalità, al rispetto della dignità della persona umana, delle diversità, della convivenza civile, della proprietà intellettuale e al contrasto di ogni forma di violenza, discriminazione e discorsi d'odio.

3. La Rai, in qualità di Concessionaria del servizio pubblico, in coerenza con le risorse economiche pubbliche derivanti dal canone riconosciute a Rai, è tenuta ad articolare la propria offerta tenendo conto dei seguenti obiettivi:

a) accelerare la trasformazione in *digital media company*, anche attraverso lo sviluppo delle piattaforme digitali;

b) accrescere la qualità dell'informazione secondo criteri di completezza, correttezza, equilibrio, responsabilità, imparzialità, verifica delle fonti, indipendenza e pluralismo;

c) attrarre e fidelizzare il pubblico più giovane;

d) assicurare il valore formativo ed educativo, con particolare attenzione all'infanzia e all'adolescenza;

e) promuovere l'Italia nel mondo, diffondendo i valori culturali e civili dell'Italia e dell'Unione europea;

f) diffondere e incoraggiare lo sport e gli stili di vita sani e responsabili, valorizzandone gli aspetti di inclusività sociale, nonché promuovere la diffusione di un modello nutrizionale sano quale la dieta mediterranea;

g) accrescere le competenze del pubblico in relazione alle nuove sfide della transizione ambientale e digitale;

h) sensibilizzare e accrescere le conoscenze scientifiche attraverso una informazione puntuale e continuativa anche con riferimento alle cause, agli effetti e alle soluzioni ai cambiamenti climatici in atto e alla perdita di biodiversità;

i) assicurare un rafforzamento degli obblighi di accessibilità, inclusività e usabilità;

j) contribuire alla promozione della natalità e della genitorialità, della parità di genere e delle pari opportunità e del volontariato, della libertà e della dignità della persona e al contrasto di ogni forma di violenza e discriminazione fondata su motivazioni etniche, religiose e sessuali diffondendo i valori dell'accoglienza e dell'inclusività;

k) promuovere il contrasto alla violenza di genere e di tutti gli atti e comportamenti finalizzati a minacciare o ledere l'integrità e la dignità della persona offesa e diffondere la conoscenza e la consapevolezza delle misure a sostegno delle donne vittime di violenza;

l) sostenere lo sviluppo dell'industria audiovisiva nazionale, del teatro, del cinema, della danza e delle arti visive affinché si valorizzino la creatività, il sistema delle imprese culturali, si supportino i talenti emergenti;

m) adottare criteri di gestione idonei ad assicurare trasparenza ed efficienza con particolare riguardo all'uso delle risorse pubbliche;

n) favorire una cultura della sicurezza sul lavoro, anche attraverso campagne di sensibilizzazione.

4. L'offerta di servizio pubblico sarà prevalentemente composta da programmi classificabili nei generi -e secondo le quote- di cui all'allegato I).

Art. 3.

Digital media company

1. Nell'espletamento del servizio pubblico, la Rai si impegna ad accelerare la trasformazione da *broadcaster* a *digital media company* sia investendo, in coerenza con le risorse economiche pubbliche derivanti dal canone riconosciute a Rai, in soluzioni innovative di natura tecnica e tecnologica per un accesso universale, facile ed efficiente, all'offerta del servizio pubblico su tutte le piattaforme, sia garantendo un'offerta digitale rilevante, accessibile e fruibile per ogni cittadino utente che lo accompagni nei diversi momenti e nelle diverse modalità di consumo.

2. In coerenza con quanto previsto dal precedente comma 1, la Rai si impegna a prevedere attività di informazione, formazione ed educazione all'uso di tutte le forme di comunicazione digitale, così da contribuire all'accessibilità e al corretto utilizzo dei contenuti sulle diverse piattaforme e alla progressiva riduzione del «*digital divide*».

3. La Rai deve dotarsi, pertanto, di una strategia di digitalizzazione al fine di migliorare i modelli produttivi, le strategie distributive e investire sul miglioramento delle professionalità per adeguarle alle sfide del mondo digitale, per migliorare la qualità dei prodotti, dei contenuti informativi e servizi offerti ed aumentare l'efficienza dei processi dal lato dell'offerta al fine di stimolare la domanda così da arrivare all'obiettivo di una completa digitalizzazione.

4. Ai fini di cui ai commi precedenti, la Rai è tenuta, anche attraverso una maggiore razionalizzazione dei costi ed efficienza dei processi, a:

a) definire una strategia sui contenuti dell'offerta di servizio pubblico multipiattaforma in linea con gli obiettivi di cui al precedente art. 2;

b) sviluppare una strategia distributiva integrata dell'offerta di servizio pubblico in ottica multipiattaforma (esemplificativamente digitale terrestre, radio digitale, satellite, ip, *broadband*, *social media*) al fine di meglio veicolare il contenuto sfruttando la catena di valore dei dati, con particolare riguardo alla loro raccolta, all'analisi e all'utilizzo ai fini esclusivi del servizio pubblico, anche attraverso algoritmi che favoriscano le più ampie facoltà di scelta dell'utente;

c) migliorare la struttura e l'usabilità di tutte le attuali e future piattaforme digitali del servizio pubblico (esemplificativamente Rai-news.it, e Raiplay e RaiPlay Sound) tale da garantire l'effettiva valorizzazione del patrimonio di contenuti e una migliore fruibilità anche per mezzo di algoritmi e di strumenti di intelligenza artificiale, da parte dell'utenza attraverso tutti i possibili dispositivi di ricezione (esemplificativamente le televisioni connesse e non connesse, i dispositivi mobili e nomadici, le radio);

d) potenziare il servizio *streaming* con l'intento di rendere Rai-play maggiormente fruibile;

e) sviluppare, in un quadro di maggiore internazionalizzazione, il portale Rainews.it e il presidio *news* digitale, incluso l'ambito *social*, con l'obiettivo di renderlo un riferimento per gli italiani nelle loro abitudini di consumo ed un competitor nella categoria «*all news*»;

f) adottare algoritmi innovativi per la ricerca e l'indicizzazione dei contenuti che assicurino un livello di autonomia nella selezione del contenuto audiovisivo da parte dell'utente. Nell'ambito della fruizione delle proprie piattaforme, la Rai si impegna a tutelare la sovranità digitale dei cittadini, il loro diritto alla *privacy* e la sicurezza dei dati personali nel rispetto dei più alti *standard* di protezione.

5. Rai valorizza l'applicazione e l'utilizzo di tecnologie emergenti (esemplificativamente intelligenza artificiale), avvalendosi anche del supporto del Centro ricerche innovazione tecnologica e sperimentazione di Torino, allo scopo di promuovere i propri contenuti, potenziare l'accessibilità e contrastare la disinformazione.

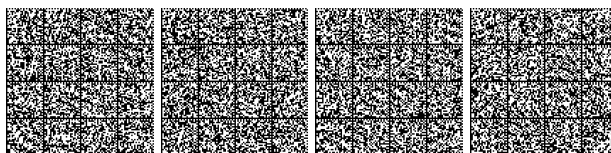
Art. 4.

Qualità dell'informazione

1. La Rai deve sviluppare un'offerta informativa, fondata sui principi di cui al precedente art. 2, che sia affidabile, credibile e di alta qualità potenziando il pluralismo informativo, rafforzando l'offerta di contenuti di approfondimento giornalistico nell'ambito dell'offerta complessiva di servizio pubblico e impegnandosi attivamente nel contrasto al fenomeno della disinformazione.

2. A tal fine, la Rai è tenuta ad assicurare:

a) la presentazione veritiera dei fatti e degli avvenimenti inquadrando nel loro contesto, nonché l'obiettività e l'imparzialità dei dati forniti, la verifica puntuale delle fonti, in modo da offrire informazioni



idonee a favorire la libera formazione delle opinioni non condizionata da stereotipi;

b) un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico, i quali sono tenuti a coniugare e a far rispettare il principio di libertà con quello di responsabilità, nel rispetto della dignità della persona, assicurando un contraddittorio adeguato, effettivo e leale all'interno dei propri programmi, fermo restando il contrasto alla disinformazione anche attraverso la partecipazione a consorzi;

c) lo sviluppo della coesione sociale e del senso critico, civile ed etico nella collettività nazionale;

d) il rispetto del divieto assoluto di utilizzare metodologie e tecniche capaci di manipolare in maniera non riconoscibile allo spettatore il contenuto delle informazioni;

e) il monitoraggio costante della qualità della sua informazione secondo le metodologie più aggiornate e le *best practices* di settore;

f) la valorizzazione e la promozione della propria tradizione giornalistica d'inchiesta.

3. La Rai deve contrastare attivamente il fenomeno della disinformazione anche sviluppando a beneficio dei cittadini utenti specifici contenuti di natura educativa o didattica finalizzati da un lato a far nascere ed accrescere un approccio critico alle notizie e dall'altro a creare consapevolezza nei confronti dei rischi derivanti dalla diffusione di notizie false.

4. La Rai è tenuta, inoltre, a migliorare il proprio sistema informativo editoriale rafforzando l'ecosistema di *news* verificate e certificate sia sensibilizzando i propri dipendenti e collaboratori, attraverso specifiche azioni formative, sulla necessità di attenersi scrupolosamente nella loro attività ai principi del *fact checking*, in particolare adottando le migliori tecniche di contrasto alla disinformazione *online*, sia utilizzando strumenti informativi specifici e proponendosi come *player* all'avanguardia per il contrasto alla disinformazione.

5. La Rai assicura l'informazione pubblica anche a livello territoriale attraverso la presenza in ciascuna Regione o Provincia autonoma di proprie redazioni, interagendo con le realtà culturali, sociali e produttive dei territori. La Rai, adottando ogni opportuna misura organizzativa, valorizza le sedi regionali, il racconto all'interno dell'informazione regionale delle diverse realtà sociali, economiche e culturali provinciali e i centri di produzione di Roma, Milano, Napoli e Torino, anche per salvaguardare l'informazione e l'approfondimento culturale nelle realtà locali.

6. La Rai è tenuta a pubblicare nella sezione trasparenza del proprio sito internet l'elenco completo degli opinionisti e degli ospiti delle trasmissioni dell'azienda.

7. Nell'ambito dell'informazione sulla cronaca giudiziaria, la Rai presta grande attenzione al rispetto del principio costituzionale della non colpevolezza e ad assicurare spazi adeguati alla informazione relativa alla conclusione di procedimenti e processi penali analogamente a quella riservata alla fase investigativa.

Art. 5. Giovani

1. La Rai deve delineare un'offerta di servizio pubblico che sia attrattiva per il pubblico giovane.

2. A tal fine la Rai è tenuta a:

a. conoscere e presidiare efficacemente i gusti, le abitudini e gli interessi del pubblico giovane, adottando, a tal fine, un piano operativo *ad hoc* volto a raggiungere un maggior numero di utenti con meno di 35 anni, in particolare con l'offerta *on-line* e *social*;

b. acquisire e produrre contenuti adeguati al coinvolgimento di tale pubblico e destinati ad una fruizione anche in chiave multimediale;

c. realizzare produzioni anche di intrattenimento incentrate sulla partecipazione giovanile e sulla valorizzazione della personalità e delle attitudini individuali dei partecipanti;

d. migliorare le modalità di interazione e condivisione di esperienze, con particolare riferimento alle piattaforme attualmente denominate Raiplay e Raiplay Sound, nonché l'eventuale sviluppo di prodotti innovativi specifici in tale ambito;

e. accrescere la presenza dei contenuti del servizio pubblico nell'ecosistema di riferimento per tale tipologia di pubblico anche migliorando l'offerta di informazione di servizio pubblico *on-line*;

f. promuovere, anche nell'ambito delle intese vigenti ovvero mediante la stipula di specifici accordi attuativi con il Ministero dell'istruzione, sinergie con il mondo scolastico ai fini dello sviluppo dell'offerta digitale di contenuti funzionali alla didattica anche attraverso la specifica valorizzazione degli archivi Rai;

g. ampliare l'offerta informativa e i relativi contenuti sui disturbi alimentari, al tema dell'educazione alimentare e delle relative problematiche nonché sulle dipendenze comportamentali;

h. ampliare l'offerta informativa sul fenomeno della droga e delle dipendenze, anche attraverso l'opera di personale qualificato e specializzato, al fine di aiutare i giovani a capire la vera natura del problema e diffondere la consapevolezza dei danni derivanti dall'uso di sostanze tossiche al fine di ridurre gli effetti nocivi per la salute;

i. ampliare l'offerta informativa dedicata agli adolescenti, rappresentando in particolare le problematiche e i disagi relativi a questa fascia di età;

j. favorire la cultura della legalità, la prevenzione e il contrasto di ogni forma di violenza e di «bullismo» e *cyber bullismo*, aiutando a riconoscere i segnali da cui tali fenomeni possono originare;

k. accrescere le capacità critiche dei minori in modo che sappiano fare migliore uso dei media e di internet, sia dal punto di vista qualitativo sia quantitativo, anche tenendo conto degli attuali e futuri sviluppi in chiave di interattività;

l. promuovere, sia con produzioni audiovisive *ad hoc*, sia con contenuti dedicati nell'ambito dei programmi di approfondimento e intrattenimento, i temi legati alla genitorialità e alla natalità;

m. sottolineare il valore sociale del terzo settore, del volontariato, delle imprese *no profit* e dell'impegno civile sia nazionale che internazionale;

n. accrescere la cultura dell'imprenditorialità, lo spirito d'iniziativa e di scoperta, narrando storie di giovani imprenditori, innovatori, ricercatori;

o. promuovere un uso consapevole delle nuove tecnologie;

p. ampliare la divulgazione scientifica sperimentando modalità comunicative più coinvolgenti per i giovani;

q. accrescere la conoscenza e la consapevolezza riguardo alle sfide della transizione digitale ed ecologica del Paese;

r. promuovere i diversi percorsi di istruzione in alleanza con il mondo del lavoro con particolare attenzione alla formazione professionale e agli Istituti tecnici superiori al fine di contenere la disoccupazione giovanile.

Art. 5-bis. Minori

1. La Rai si impegna ad improntare l'offerta complessiva, diffusa su qualsiasi piattaforma e con qualunque sistema di trasmissione, al rispetto delle norme europee e nazionali a tutela dei minori, tenendo conto in particolare delle sensibilità della prima infanzia e dell'età evolutiva coerentemente a quanto previsto dall'art. 3, comma 1, lettera i) e dell'art. 10 della Convenzione.

2. Ai fini del conseguimento degli obiettivi di cui al comma 1 la Rai si impegna affinché l'offerta dedicata ai minori: a) si caratterizzi per una cura prioritaria per il linguaggio, con riferimento a un uso appropriato della lingua italiana, all'apprendimento dell'inglese e all'alfabetizzazione digitale, con un'azione di educazione positiva al web; b) accresca le capacità critiche dei minori e delle famiglie offrendo contenuti dedicati alla gestione della propria identità digitale, anche in relazione al tema della tutela della *privacy* e delle informazioni personali.

3. Nella fascia oraria compresa tra le ore 7 e le 23, dedicata a una visione familiare, la Rai è tenuta a realizzare programmi riguardanti tutti i generi televisivi, che tengano conto delle esigenze e della sensibilità dell'infanzia e dell'adolescenza, evitando la messa in onda di programmi che possano nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori, o indurre a una fuorviante percezione dell'immagine femminile.

4. La Rai, attraverso il proprio sistema di segnaletica acustica e visiva, nell'ambito della programmazione lineare e non lineare, evidenzia, con riferimento a film, *fiction* e intrattenimento, i programmi adatti ad una visione congiunta con un adulto e quelli adatti al solo pubblico adulto. Con riferimento a quest'ultima fattispecie, la Rai applica sistemi di chiara riconoscibilità visiva per tutta la durata dei relativi programmi.

5. La Rai è tenuta ad attivare sulla piattaforma RaiPlay il servizio di *parental control*.



Art. 6.
Made in Italy

1. La Rai deve articolare un'offerta di servizio pubblico in grado di offrire ai cittadini-utenti la più vasta possibilità di accesso alle diverse manifestazioni della cultura italiana rappresentando l'Italia, le sue eccellenze e i suoi valori nel territorio nazionale e nel mondo.

2. A tal fine Rai deve definire una strategia e un piano d'azione per l'estero volti a intercettare, attraverso piattaforme televisive e web, anche:

gli italiani residenti all'estero, con un'offerta che risponda ai loro bisogni e rinsaldi il legame con l'Italia;

gli oriundi e gli appassionati di Italia, con offerta in italiano e in inglese, per far conoscere la cultura, le eccellenze produttive, le bellezze geografiche e naturalistiche e lo stile di vita italiani anche all'estero.

3. Nel dettaglio, Rai, nell'ambito della propria autonomia editoriale, deve:

a) diffondere, anche in lingua inglese, contenuti di qualità per il pubblico internazionale, che offrano la rappresentazione delle eccellenze culturali, sociali e valoriali italiane e valorizzare la diffusione della lingua italiana nel mondo attraverso il meglio della produzione Rai;

b) promuovere e valorizzare la cultura dell'impresa e del lavoro attraverso la narrazione di storie imprenditoriali e di lavoratori che trasmettano i valori e l'attrattiva dell'Italia, il genio e il gusto e la creatività italiana, anche attraverso produzioni audiovisive *ad hoc*, con particolare attenzione alle attività innovative e sostenibili;

c) produrre e diffondere su tutte le piattaforme distributive contenuti audiovisivi e multimediali idonei a favorire la crescita civile, la capacità di giudizio e di critica, la creatività culturale, la coesione sociale e l'educazione ambientale;

d) promuovere i valori culturali, civili e sociali dell'Europa e della sua storia;

e) produrre e programmare contenuti, anche multimediali, dedicati alla promozione e alla valorizzazione in Italia come all'estero dei territori e delle unicità culturali, paesaggistiche, agro-alimentari ed enogastronomiche italiane tra le quali la storia, le tradizioni e la cultura dei borghi, delle montagne, delle isole minori, delle zone costiere, anche con riferimento alla pesca, e delle aree interne del nostro Paese, anche nell'ottica dello sviluppo del turismo culturale ecosostenibile e sportivo, nonché della promozione della scoperta di luoghi e territori meno noti, anche attraverso la valorizzazione delle sedi territoriali;

f) diffondere la cultura delle istituzioni e dei valori costituzionali, promuovendo una divulgazione degli argomenti al centro del dibattito dell'Unione europea tra il grande pubblico definendo modalità multipiattaforma di diffusione di contenuti a carattere istituzionale.

4. Gli obiettivi di cui al presente articolo possono essere conseguiti anche con apposite convenzioni stipulate o con la Presidenza del Consiglio dei ministri ai sensi della legge 14 aprile 1975, n. 103 o con altre amministrazioni.

Art. 7.
Sport, salute e stili di vita sani

1. La Rai, nell'ambito della propria autonomia editoriale e anche a seguito di appositi accordi con le Federazioni sportive interessate, riconoscendo il valore culturale, sociale ed educativo dell'attività sportiva, deve sviluppare un'offerta di servizio pubblico che promuova lo sport, anche sotto il profilo della tutela della salute, nonché attraverso accordi istituzionali, con le seguenti iniziative:

a) promozione dei valori degli stili di vita attivi e sani e della cultura sportiva nei prodotti destinati al grande pubblico (quali *fiction*, documentari, *entertainment* e programmi informativi);

b) consolidamento della programmazione di eventi sportivi dando ampio spazio alle discipline cosiddette minori al fine di valorizzarne la diffusione e la pratica, ivi inclusi gli eventi sportivi che, per identità e tradizione storico culturale, abbiano una elevata potenzialità di attrazione turistica, valorizzando in tali circostanze anche le locali eccellenze del *made in Italy*;

c) individuazione di adeguati spazi e contenuti che stimolino e motivino la popolazione all'esercizio fisico, alla pratica sportiva e all'adozione di stili di vita attivi e sani, dando particolare risalto anche a iniziative che valorizzino gli enti di promozione sportiva sul territorio e le società dilettantistiche e le discipline minori;

d) valorizzazione della qualità e delle eccellenze agro-alimentari italiane, nonché diffusione di modelli nutrizionali di dieta sana e sostenibile quale stile di vita sano e da tutelare;

e) acquisizione, in coerenza con le risorse economiche pubbliche derivanti dal canone riconosciuto a Rai, dei diritti sportivi relativi alle discipline olimpiche e paraolimpiche e agli eventi, nazionali e internazionali, di maggiore rilevanza.

Art. 8.
Sviluppo competenze per transizione digitale e ambientale

1. La transizione ambientale e quella digitale rappresentano due delle sfide per il futuro e sono essenziali non solo in un'ottica di sviluppo economico, ma soprattutto in un'ottica sociale.

2. In questo quadro, la Rai deve attuare efficacemente i seguenti impegni, che devono essere coordinati in un progetto organico all'interno del piano di Sostenibilità incentrato sul perseguimento degli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 e che devono essere volti a raggiungere e sensibilizzare gli utenti:

a) informare il pubblico e, in particolare, i giovani dell'importanza delle discipline STEM ovvero scienza, tecnologia, ingegneria e matematica; nonché fornire al suddetto pubblico informazioni sui percorsi professionali, anche meno conosciuti, e sull'accesso ai programmi nazionali ed europei di formazione e di volontariato per i giovani anche per la conoscenza dei cosiddetti *green Jobs*;

b) contribuire alla crescita di una opinione pubblica sempre più informata e consapevole sulle crisi ambientali, garantendo una nuova consapevolezza ecologica;

c) accrescere le conoscenze e la sensibilità del pubblico con riferimento alla sostenibilità ambientale, evidenziando e stigmatizzando i comportamenti individuali in grado di fare la differenza, in positivo o in negativo;

d) promuovere e rafforzare la consapevolezza dell'importanza dell'ambiente, della biodiversità e del benessere animale;

e) intensificare la frequenza e migliorare il collocamento nei palinsesti dei programmi di divulgazione delle tematiche relative all'innovazione digitale e ambientale alla cybersicurezza e alla sostenibilità digitale;

f) accrescere la produzione di contenuti volti a diffondere l'alfabetizzazione digitale della popolazione, anche *online*, con particolare attenzione alle fasce anziane della popolazione, alle persone con disabilità e ai minori;

g) promuovere i valori connessi alle suddette sfide (digitale e ambientale) nei prodotti destinati al grande pubblico (quali *fiction*, *entertainment* e programmi informativi);

h) promuovere l'educazione alla mobilità sostenibile e alla sicurezza stradale;

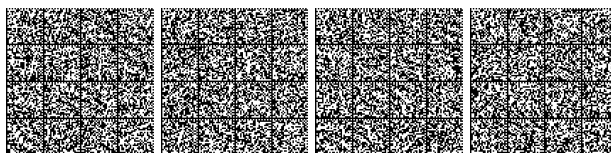
i) valorizzare all'interno dell'offerta televisiva i programmi di divulgazione scientifica e di approfondimento.

Art. 9.
Inclusione sociale e culturale

1. La Rai ha il compito di garantire l'accesso ai diversi generi della programmazione e di sostenere l'integrazione delle minoranze, nonché di promuovere l'impegno per l'uguaglianza, l'inclusione e la diversità e la tutela della dignità della persona.

2. La Rai deve assicurare l'adozione di idonee misure di tutela delle persone con disabilità sensoriali consentendo l'accesso, senza discriminazioni, all'offerta di servizio pubblico anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o di configurazioni particolari, anche ai sensi della normativa nazionale e unionale di settore. A tal fine la Rai è tenuta a:

a) sottotitolare almeno l'85% della programmazione delle reti generaliste tra le ore 6 e le ore 24, al netto dei messaggi pubblicitari e di servizio (annunci, sigle, ecc.) nonché tutte le edizioni al giorno di Tg1, Tg2 e Tg3 (compresa una edizione regionale al giorno) nelle fasce orarie meridiana e serale, garantendo altresì la massima qualità della sottotitolazione ed estendere progressivamente la sottotitolazione e le audiodescrizioni anche alla programmazione dei canali tematici, con particolare riguardo all'offerta specificamente rivolta ai minori;



b) attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, compatibilmente con le risorse a disposizione estendere al 20% entro il 2025, al 30% entro il 2026, al 40% entro il 2027, al 50% entro il 2028 e al 60% entro il 2029, sia la sottotitolazione che le audiodescrizioni anche alla programmazione dei canali tematici, con particolare riguardo all'offerta specificamente rivolta ai minori;

c) tradurre in lingua dei segni (LIS) almeno una edizione al giorno di Tg1, Tg2 e Tg3, assicurando la copertura di tutte le fasce orarie garantendo l'accessibilità anche ai sordi ipovedenti attraverso un riquadro dell'interprete adeguato per dimensioni e colore;

d) assicurare l'accesso attraverso le audiodescrizioni delle persone con disabilità visiva ad almeno i tre quarti dei film, delle *fiction* e dei prodotti audiovisivi di prima serata;

e) estendere l'accessibilità e l'usabilità dell'informazione regionale;

f) assicurare l'accessibilità delle persone con disabilità e con ridotte capacità sensoriali e cognitive all'offerta multimediale;

g) attivare strumenti idonei per la raccolta di segnalazioni relative al cattivo funzionamento dei servizi di sottotitolazione e audiodescrizione, ai fini della tempestiva risoluzione dei problemi segnalati.

3. La Rai, inoltre, deve:

a) diffondere una cultura nazionale delle disabilità nell'ottica della valorizzazione delle competenze, delle nuove e diverse abilità, anche attraverso il coinvolgimento diretto delle stesse persone disabili e di modelli positivi di inclusività, anche attraverso la programmazione di contenuti a carattere scientifico e divulgativo, che ne garantiscano la diffusione al grande pubblico e che promuovano l'uso di un linguaggio appropriato e rispettoso della disabilità;

b) incrementare i contenuti culturali e educativi basati sull'analisi dell'evoluzione sociale;

c) migliorare il servizio di sottotitolazione per le edizioni dei telegiornali dei canali Rai;

d) rendere accessibile il sito della Rai.

4. La Rai, al fine di sostenere la tutela e la valorizzazione delle minoranze linguistiche, è tenuta a garantire - attraverso la definizione di specifiche convenzioni a prestazioni corrispettive stipulate con la Presidenza del Consiglio dei ministri ai sensi della legge 14 aprile 1975, n. 103 e successive modifiche e integrazioni con particolare riferimento all'art. 59 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 e all'art. 1, lettera f), della legge 28 dicembre 2015, n. 220 - la produzione e distribuzione di trasmissioni radiofoniche e televisive, nonché di contenuti audiovisivi, in lingua tedesca e ladina per la Provincia autonoma di Bolzano, in lingua ladina per la Provincia autonoma di Trento, in lingua sarda per la Regione autonoma Sardegna, in lingua francese per la Regione autonoma Valle d'Aosta e in lingua friulana e slovena per la Regione autonoma Friuli-Venezia Giulia e in lingua Arbëreshe per la Regione Calabria. La Rai si impegna a promuovere iniziative per la valorizzazione delle lingue minoritarie presenti sul territorio italiano. La Rai, inoltre, è tenuta a definire, con le regioni che ne facciano richiesta, un progetto operativo finalizzato alla stipulazione di specifiche convenzioni a prestazioni corrispettive per assicurare l'applicazione delle disposizioni finalizzate alla tutela delle lingue di cui alla legge 15 dicembre 1999, n. 482, tenendo conto, più in particolare, dei seguenti criteri:

i) differenziazione delle esigenze in funzione delle rispettive aree di appartenenza;

ii) necessità di perseguire obiettivi di efficacia ed efficienza;

iii) caratteristiche delle diverse piattaforme di distribuzione con riguardo ai *target* da conseguire.

Art. 10.

Parità di genere e pari opportunità

1. Una delle priorità del sistema Paese Italia è rappresentata dalla piena ed effettiva parità di genere. La parità è un motore di crescita ed uno dei capisaldi più rilevanti dell'agenda di sviluppo e progresso dei Paesi, indicata anche dall'ONU come uno dei 17 *Sustainable Development Goals*. In questo quadro, la Rai deve, anche attraverso iniziative editoriali dedicate, prevedere il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

a) la valorizzazione del ruolo delle donne, dell'uguaglianza e pari dignità in tutti gli ambiti della vita sociale, economica e politica;

b) incremento dei contenuti culturali ed educativi dedicati ai temi della parità di genere, delle pari opportunità, di prevenzione e del contrasto verso ogni forma di violenza e discriminazione, anche attra-

verso la promozione di un linguaggio che favorisca il superamento di espressioni o manifestazioni sessiste nonché degli stereotipi di genere;

c) la rappresentazione del valore e del ruolo delle donne nonché il loro contributo nella società e nel lavoro e della famiglia;

d) la valorizzazione delle professionalità interne all'azienda sia con riguardo al contrasto alla disparità di genere, sia con particolare riferimento alla formazione continua;

e) aumentare il numero di trasmissioni che aderiscono al progetto 50:50;

f) realizzare il monitoraggio e il relativo resoconto annuale, che consenta di verificare il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva. Il resoconto annuale è pubblicato nel sito internet dell'azienda ed è trasmesso al Ministero, all'Autorità, alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, entro quattro mesi dalla conclusione dell'esercizio precedente;

g) sensibilizzare i conduttori, nonché i propri dipendenti e collaboratori, ad attenersi scrupolosamente nelle loro attività al rispetto dell'integrità e della dignità della persona.

Art. 11.

Informazione sulle Istituzioni

1. La Rai è tenuta ad assicurare, anche sui canali generalisti, la valorizzazione della comunicazione concernente le istituzioni, del ruolo dei partiti, dei sindacati nazionali, e si impegna a diffondere, promuovere e sviluppare l'informazione sulle istituzioni nazionali ed europee. Nel rispetto del pluralismo sociale, culturale e politico, la Rai assicura la formazione, la divulgazione e l'informazione sui temi del funzionamento delle Istituzioni e della partecipazione alla vita politica, anche attraverso il potenziamento del ruolo della Testata Rai Parlamento.

2. La Rai, altresì, è tenuta ad assicurare la trasmissione delle iniziative della Presidenza della Repubblica, nel rispetto della convenzione in essere.

3. La Rai è tenuta ad assicurare la trasmissione gratuita dei messaggi di utilità sociale o di interesse pubblico che siano richiesti dalla Presidenza del Consiglio dei ministri.

4. La Rai su richiesta della Presidenza del Consiglio dei ministri o della Presidenza della Repubblica si impegna a svolgere il ruolo di *Host Broadcaster* per eventi istituzionali di rilievo internazionale organizzati dall'Italia.

5. La Rai promuove la memoria degli anniversari di interesse nazionale, in sinergia con l'omonima struttura di missione della Presidenza del Consiglio dei ministri.

Art. 11-bis.

Audiovideoteche

1. Le audiovideoteche Rai rappresentano un bene comune da tutelare.

2. La Rai è tenuta a garantire, compatibilmente con le risorse disponibili, la digitalizzazione, la conservazione e la promozione degli archivi storici, radiofonici e televisivi, quale patrimonio essenziale per un efficace sviluppo della complessiva missione di servizio pubblico.

3. La Rai si impegna a proseguire e rafforzare il processo di catalogazione digitale dell'archivio storico televisivo, comprensivo dei materiali registrati su pellicola, utilizzando le tecnologie più avanzate di archiviazione e catalogazione e sperimentando l'integrazione delle audiovideoteche nel processo produttivo digitale, al fine di promuovere la conservazione della memoria audiovisiva del Paese.

Art. 12.

Sostenibilità

1. La Rai deve assumere un ruolo chiave nel paese guidando un cambiamento culturale in tema di sostenibilità.

2. A tal fine la Rai è tenuta a definire:

a) un piano di sostenibilità in linea con obiettivi ed impegni del presente Contratto e del piano industriale che rappresenti la visione strategica aziendale in tema ESG entro sei mesi dalla sottoscrizione del presente contratto;



b) un bilancio di sostenibilità avente ad oggetto le *performance* di sostenibilità registrate nell'esercizio di riferimento così come meglio specificate al successivo art. 20.

Art. 13.

Gestione e sviluppo delle risorse umane

1. La Rai, nell'ambito di una gestione trasparente delle risorse umane, si impegna a valorizzare il merito e la capacità professionale di tutto il personale dell'azienda e ad assicurare l'effettiva attuazione del codice etico aziendale in materia di tutela della dignità, della riservatezza e della salute dei lavoratori.

2. La Rai cura la formazione permanente di tutto il personale e presta particolare attenzione - anche in ottica di transizione digitale - al reclutamento e alla formazione dei giovani e inoltre presta particolare attenzione all'inclusione lavorativa delle persone con disabilità, in linea con gli obblighi di legge, che si impegna a valorizzare anche attraverso specifici progetti per ciascuna professionalità.

3. La Rai si impegna a verificare che a tecnici, operatori e a qualsiasi altro collaboratore esterno impiegato nelle produzioni aziendali e nella realizzazione di programmi televisivi in esecuzione di contratti di appalto siano applicate le disposizioni previste dalle vigenti normative e dai relativi contratti di categoria.

4. La Rai si impegna a rispettare le norme in materia di assunzione di lavoratori con disabilità e del loro rapporto di lavoro, garantendo l'opportunità della progressione in carriera e l'utilizzo di accomodamenti ragionevoli, nonché a nominare un responsabile dell'inserimento lavorativo delle persone con disabilità.

5. La Rai si impegna a programmare la formazione dei giornalisti.

Art. 14.

Industria dell'audiovisivo

1. La Rai, per assicurare un adeguato sostegno allo sviluppo dell'industria nazionale dell'audiovisivo, deve:

a) investire su contenuti di qualità, sperimentando formati e linguaggi nuovi, avviando progetti innovativi nelle produzioni come nelle coproduzioni;

b) rispettare le disposizioni in materia di obblighi di investimento, di promozione delle opere europee e italiane come stabilite dalla normativa vigente valorizzando, nella definizione degli assetti contrattuali e dei diritti di utilizzazione e dello sfruttamento delle opere, le opere di espressione originale italiana in coerenza con la normativa primaria e i relativi regolamenti attuativi. Al fine del rispetto della normativa si intendono:

i. per ricavi complessivi annui: il gettito derivante dal canone destinato all'offerta televisiva, nonché i ricavi pubblicitari connessi alla stessa, al netto degli introiti derivanti da convenzioni con la pubblica amministrazione e dalla vendita di beni e servizi;

ii. per investimenti: la configurazione di costo che comprende gli importi corrisposti a terzi per l'acquisto dei diritti e l'utilizzazione delle opere, i costi per la produzione interna ed esterna e gli specifici costi di promozione e distribuzione, nonché quelli per l'edizione e le spese accessorie direttamente afferenti alle opere europee ed italiane;

c) assicurare l'utilizzo di Linee guida chiare e trasparenti per la presentazione a Rai di Progetti audiovisivi *fiction*, cartoni e documentari;

d) potenziare l'offerta sulla piattaforma RaiPlay valorizzando il rapporto con i produttori indipendenti.

Art. 15.

Impianti e investimento tecnologico

1. La Rai è tenuta a operare, anche tramite la propria partecipata Rai Way, all'avanguardia nella sperimentazione e nell'uso delle nuove tecnologie, sulla base dell'evoluzione della normativa nazionale, europea e internazionale, nonché ad assicurare un uso ottimale delle risorse frequenziali messe a disposizione dallo Stato affinché gli impianti necessari all'esercizio dei servizi in concessione siano realizzati a regola d'arte, con l'adozione di ogni perfezionamento consentito dal progresso tecnologico.

2. In coerenza con l'obiettivo di conseguire una gestione efficiente dello spettro ed in linea con la normativa internazionale e nazionale la Rai è tenuta a gestire e ottimizzare: a) una rete nazionale per la radiodiffusione televisiva in tecnica digitale con decomponibilità per macroaree con frequenze in banda UHF e con copertura in ciascuna area tecnica non inferiore a quella assicurata dagli impianti eserciti per la rete del *multiplex* regionale per la trasmissione di programmi in ambito locale precedentemente alle operazioni di rilascio della banda 700MHz; b) due ulteriori reti nazionali in modalità SFN o k-SFN, con copertura non inferiore al 95% della popolazione nazionale.

3. In funzione della propria strategia editoriale, la Rai utilizza la capacità trasmissiva assegnata in modo adeguato alla distribuzione della propria offerta televisiva con elevata qualità dell'immagine e del suono, allo sviluppo dell'alta definizione e all'assolvimento dei propri compiti di sperimentazione ed innovazione. A tale fine la Rai si impegna a diffondere un proprio *mux* nazionale in *standard* DVB-T2 entro il 1 settembre 2024, e a predisporre il passaggio dei restanti *mux* in *standard* DVB-T2 secondo la roadmap predisposta dal Ministero in coerenza con la normativa di settore.

4. La Rai, a richiesta del Ministero, attraverso la partecipazione ad apposite sedi di confronto, fornirà assistenza tecnica in ordine alle verifiche o accertamenti sul territorio, anche mediante la propria partecipata Rai Way, relativi all'utilizzo della capacità trasmissiva e alla sua pianificazione.

5. La Rai monitora costantemente la qualità del servizio ed esercita ogni azione preventiva e correttiva al fine di garantire elevati *standard* qualitativi; assicura un costante rapporto con l'utenza per raccogliere segnalazioni di problematiche di ricezione; collabora con istituti di ricerca e partecipa ai tavoli istituiti dai Co.Re.Com. per approfondire le tematiche locali; assicura una idonea informazione per la migliore fruizione dei servizi.

6. La Rai garantisce l'informazione al pubblico nel corso delle fasi di passaggio allo *standard* DVBT-2, utilizzando le emissioni televisive e radiofoniche e il web. Tale informazione dovrà essere fornita fino a quando le attività non saranno ultimate, dando ogni opportuna conoscenza sulle modalità del processo in atto e sugli eventuali disservizi, anche momentanei. Rai è tenuta ad attivare servizi gratuiti di *call center*, di risponditori automatici e di numero verde al fine di dare riscontro alle richieste dei cittadini.

7. Per il corretto funzionamento della televisione digitale terrestre, la Rai si impegna a rendere pubbliche, anche attraverso servizi OTA (*Over The Air*), le informazioni ricevute dai produttori di apparati riceventi al fine di garantire l'aggiornamento degli apparati stessi.

8. La Rai si impegna a sviluppare, direttamente o attraverso le più opportune forme di cooperazione, associazione o intesa, anche attraverso partecipazione a società o consorzi, i servizi più utili al buon funzionamento della televisione digitale terrestre.

9. Al fine di contribuire al consolidamento del mercato radiofonico digitale (Dab+), Rai utilizza la capacità trasmissiva assegnata in modo adeguato alla distribuzione di tutta la propria offerta radiofonica nazionale e locale con elevata qualità del suono e si impegna a rispettare le scadenze del *master plan* ministeriale per l'attuazione del Piano nazionale delle frequenze definito dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Pnaf Dab), provvedendo all'ammodernamento e all'estensione della rete e apportando le modifiche frequenziali necessarie, in coerenza con il relativo diritto d'uso, rilasciato dal Ministero. L'estensione progressiva della rete nazionale nell'arco di durata del presente Contratto sarà prioritariamente finalizzata alla copertura *outdoor* delle autostrade, delle principali strade statali e dei capoluoghi di regione/provincia, a partire da quella derivante dalla consistenza impiantistica di cui all'Allegato 2 al presente Contratto, compatibilmente con le risorse economiche disponibili.

10. In coerenza con l'obiettivo di facilitare l'introduzione di nuovi servizi di distribuzione televisiva rivolti all'utenza mobile e nomadica, la Rai sperimenterà lo *standard* 5G *broadcast*, con particolare riguardo alla copertura di aree metropolitane ad alto traffico IP, utilizzando frequenze UHF dedicate identificate e assegnate dal Ministero, anche su base temporanea. La Rai sperimenterà il DVB-I e l'Hbbtv nonché le ulteriori tecnologie innovative che dovessero svilupparsi in futuro.

11. Ai fini della sperimentazione di nuovi *standard* diffusivi e servizi su bacini territoriali topograficamente articolati, il Ministero fornirà risorse frequenziali temporanee ai sensi della normativa vigente.



12. La Rai, senza che l'utilizzo comporti il pagamento di ulteriori canoni o contributi oltre quello di concessione, per proprie esigenze - previa comunicazione al Ministero - o per conto di terzi previamente autorizzati dal Ministero, su base di non interferenza e anche con tecniche di modulazione digitale:

esercisce collegamenti mobili realizzati con mezzi del tipo trasportabile installati anche a bordo di automezzi in sosta o con mezzi in movimento, funzionanti su base non interferenziale con altri operatori, nonché per realizzare collegamenti temporanei tra punti fissi;

esercisce radio camere operanti nella banda dei 2 GHz;

ai fini della produzione e distribuzione dei propri servizi sul territorio, utilizza collegamenti mobili nelle bande in cui essi sono allocati.

La Rai per l'impiego delle frequenze necessarie agli impianti radiofonici - analogici e digitali - televisivi, ai collegamenti fissi e ai collegamenti mobili è tenuta ad utilizzare le apparecchiature e la canalizzazione previste dalla normativa vigente. La Rai si impegna a procedere all'attivazione di impianti di nuova realizzazione o su cui sono state apportate modifiche significative solo previa autorizzazione del Ministero. La Rai, al fine di assicurare la fornitura del servizio, esercisce gli impianti di cui all'Allegato 2.

13. La Rai è tenuta a rafforzare nei 5 anni, compatibilmente con le risorse disponibili, le infrastrutture fisiche e digitali al fine di implementare la diffusione e la trasmissione del segnale radio televisivo in tutte le zone del Paese.

Art. 16. *Neutralità tecnologica*

1. Nel rispetto dei principi di universalità del servizio pubblico e nel contemperamento tra gli interessi degli utenti e i diritti negoziali dell'impresa, la Rai dovrà consentire, previ accordi equi e non discriminatori, la trasmissione simultanea dei suoi canali sulle diverse piattaforme distributive televisive, a condizione che sia rispettata l'integrità dei marchi, dei prodotti e delle comunicazioni commerciali, fatti salvi i diritti dei terzi. In caso di ritardo o controversia nella conclusione degli accordi, ciascuno dei soggetti interessati può richiedere all'Autorità di verificare e stabilire, in base a criteri oggettivi quali l'ammontare del corrispettivo economico e la durata dell'accordo, le condizioni necessarie per la conclusione degli stessi.

2. La Rai è tenuta a perseguire la qualità tecnica audiovisiva e l'innovazione per la diffusione della propria offerta, valorizzando su ciascuna piattaforma tecnologica le specifiche potenzialità di evoluzione degli *standard* tecnici.

3. Al fine di assicurare una copertura integrale della popolazione, con tutte le possibilità offerte dalle varie piattaforme distributive, la Rai è tenuta ad adottare le più idonee modalità di criptaggio al fine di garantire, in forma gratuita, l'accesso all'intera programmazione trasmessa in *simulcast* via satellite, fatti salvi i diritti dei terzi.

4. La Rai, in conformità a quanto previsto nei commi precedenti in merito alla piattaforma tecnologica satellitare, utilizza la piattaforma gratuita Tivùsat e, con riguardo a quelle zone del territorio nazionale non raggiunte dal digitale terrestre a seguito dell'attuazione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze, fornisce fino a sei mesi successivi al completo passaggio allo *standard* DVB-T2 una *smart card* della stessa piattaforma, agli utenti che siano titolati a farne richiesta da un ente certificatore terzo indicato dal Ministero.

Art. 17. *Gestione economica-finanziaria*

1. Il costo delle attività derivanti dal servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale è coperto a norma dell'art. 13, comma 1, della Convenzione al fine di assicurare l'equilibrato assetto economico-finanziario della gestione in relazione agli obblighi posti dalla normativa e dal presente Contratto. È fatto salvo quanto previsto da contratti e convenzioni stipulate ai sensi della vigente normativa.

2. La Rai è tenuta, altresì, ad adottare criteri tecnici ed economici di gestione idonei a consentire il raggiungimento di obiettivi di efficienza aziendale e di razionalizzazione del proprio assetto organizzativo. Nell'ottica di una gestione ispirata a criteri di efficienza, la Rai si impegna a potenziare, secondo criteri di economicità, la capacità dei propri centri di produzione e persegue altresì l'obiettivo di un adeguato ritorno

sul capitale e sugli investimenti, tenendo conto anche delle condizioni del mercato di riferimento.

3. Le quote dei canoni di abbonamento spettanti alla Rai, sono attribuite alla Rai e comunicate dall'Amministrazione finanziaria con apposite informative mensili in relazione all'avanzamento delle riscossioni effettuate dallo Stato e corrisposte in tre quote di cui la prima, da erogare nei mesi di gennaio, maggio e settembre di ciascun anno, pari rispettivamente al 40 per cento, 30 per cento e 30 per cento delle previsioni di competenza iscritte sul pertinente capitolo di spesa relativo alle somme spettanti alla Rai a carico del Bilancio dello Stato, adeguato in corso d'anno alle effettive riscossioni affluite sul capitolo di entrata. Il conguaglio commisurato alle somme effettivamente riscosse sarà corrisposto con il provvedimento di assestamento dell'esercizio successivo a quello di competenza di tali introiti. Il Ministero dell'economia e delle finanze - Dipartimento delle finanze provvederà ad emettere appositi ordini di pagare a favore della Rai, affinché le rimanenti quote siano accreditate entro la fine del mese di previsto pagamento.

4. La Rai è tenuta ad efficientare le spese di gestione delle sedi estere.

Art. 18. *Contabilità separata*

1. È fatto divieto alla Rai di utilizzare, direttamente o indirettamente, i ricavi derivanti dal canone per finanziare attività non inerenti al servizio pubblico, ai sensi dell'art. 61, comma 4, del TUSMA.

2. In conformità a quanto stabilito dall'art. 61, commi 1 e 2, del TUSMA, nel rispetto del diritto dell'Unione europea, e coerentemente a quanto previsto dall'art. 14 della Convenzione, la Rai predispono, sulla base dello schema di contabilità separata attualmente vigente, richiamato nelle Linee guida di cui alla delibera AGCom n. 266/22/CONS, il bilancio di esercizio indicando in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti nell'anno solare precedente per la fornitura del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, rispetto ai ricavi delle attività svolte in regime di concorrenza, imputando o attribuendo i costi sulla base di principi di contabilità applicati in modo coerente e obiettivamente giustificati e definendo con chiarezza i principi di contabilità analitica secondo cui vengono tenuti conti separati.

3. La contabilità separata di cui al comma 2 è soggetta a controllo da parte di una società di revisione, nominata dalla Rai e scelta dall'Autorità tra quante risultano iscritte all'apposito albo tenuto presso la Commissione nazionale per le società e la borsa, ai sensi dell'art. 161 del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, recante «Testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, ai sensi degli articoli 8 e 21 della legge 6 febbraio 1996, n. 52».

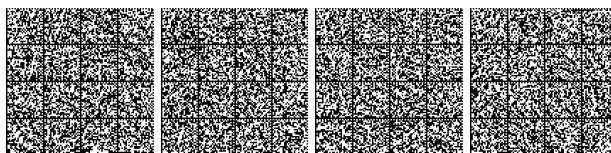
Art. 19. *Sostenibilità economica del contratto*

1. Le risorse economiche pubbliche derivanti dal canone riconosciute a Rai devono essere coerenti con il perimetro degli obblighi di servizio pubblico al fine di assicurare annualmente, per la durata del contratto, la necessaria corrispondenza tra attività delegate, correlati costi sostenuti e finanziamento pubblico prevista dall'art. 61, comma 3, del TUSMA.

Art. 20. *Monitoraggio e vigilanza*

1. La vigilanza sugli obblighi del servizio pubblico derivanti dalla concessione, dalle disposizioni normative vigenti, dal presente Contratto e dagli specifici contratti di servizio conclusi con le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano è affidata all'Autorità e al Ministero, secondo le rispettive competenze.

2. A tal fine Rai, nei propri piani industriali, è tenuta a definire strumenti finalizzati a monitorare il raggiungimento, da un punto di vista quantitativo e qualitativo, degli impegni assunti, anche in termini di sostenibilità, che possano fornire altresì elementi di valutazione per lo sviluppo di un'offerta di servizio pubblico che, coniugando gradimento, qualità percepita e *audience*, risponda alle domande e alle aspettative dei cittadini utenti, anche con riferimento al *target under 55*.



3. Rai, in questa prospettiva, è tenuta a predisporre:

a) una dettagliata informativa - con riferimento a RaiPlay e Rainews.it - circa l'offerta dei contenuti pubblicati e del traffico medio mensile generato dall'utenza, con riferimento particolare agli utenti unici, ai tempi medi di fruizione, alle tecnologie impiegate per accedere e alla provenienza degli utenti;

b) un monitoraggio annuale che consenta di verificare il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva e la rappresentazione della donna nei diversi ambiti della società, così come della disabilità;

c) un monitoraggio e un'analisi del gradimento e della qualità percepita con l'obiettivo di ottenere dati relativi sia all'intera offerta Rai sia ai singoli programmi;

d) un monitoraggio della *corporate reputation* intesa come: (i) la capacità della Rai di assolvere alla missione di servizio pubblico con un'offerta declinata sulle diverse piattaforme; (ii) il rispetto dei criteri fondamentali dell'immagine del servizio pubblico, come definiti dall'*European Broadcasting Union*; (iii) la notorietà e il giudizio sull'offerta della Rai; (iv) la valutazione comparativa con altre *media company* confrontabili; (v) la misurazione della qualità e della soddisfazione del pubblico;

e) un monitoraggio che sia in grado di misurare l'efficacia dell'offerta di servizio pubblico in relazione agli obiettivi di coesione sociale, come previsto dall'art. 9, nonché agli obiettivi di natura editoriale, anche attraverso l'elaborazione di specifici dati di ascolto;

f) una relazione annuale sullo stato di attuazione del presente contratto di servizio da trasmettere alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi e all'Autorità.

4. Rai inoltre è tenuta a redigere, entro il 30 giugno di ciascun esercizio, un bilancio di sostenibilità, che dia anche conto delle attività svolte in ambito socio-culturale, con particolare riguardo al rispetto del pluralismo informativo, sociale e politico, alla tutela dei minori e dei diritti delle minoranze, alla rappresentazione della donna, della famiglia, delle persone con disabilità e alla promozione della cultura nazionale; il bilancio di sostenibilità dà altresì conto dei risultati dei monitoraggi sulla qualità dell'offerta proposta così come percepita dall'utenza e della *corporate reputation* della società Concessionaria.

5. La Rai e il Ministero, entro dodici mesi dall'entrata in vigore del presente contratto di servizio, concordano, in sede di commissione paritetica di cui al comma 1 dell'art. 21, i criteri di verifica degli indicatori di cui al comma 2 ed il raggiungimento degli obiettivi in esso contenuti, sia dal punto di vista quantitativo, in ordine all'assolvimento degli obblighi di programmazione, sia dal punto di vista qualitativo, valutandone il riscontro sul pubblico in relazione alle finalità stabilite dal presente contratto.

Art. 21.

Organi contrattuali

1. La commissione paritetica, istituita con decreto del Ministero delle imprese e del made in Italy entro sei mesi dalla pubblicazione in *Gazzetta Ufficiale* del presente Contratto, è composta, nel rispetto dell'equilibrio di genere, da otto membri, quattro designati dal Ministero e quattro designati dalla Rai con l'obiettivo di delineare:

a) le più efficaci modalità operative di applicazione e di sviluppo delle attività e degli obblighi previsti nel presente Contratto in coerenza con l'evoluzione dello scenario di riferimento;

b) gli opportuni interventi volti a risolvere le difficoltà di applicazione e di interpretazione eventualmente emergenti.

2. Le rispettive componenti della commissione possono di volta in volta definire le eventuali integrazioni di apporto alla commissione in funzione degli argomenti trattati e delle questioni di carattere interpretativo e applicativo del presente Contratto.

3. L'attività di supporto tecnico-organizzativo della commissione paritetica è assicurata dal Ministero delle imprese e del made in Italy.

4. Con successivo decreto del Ministero delle imprese e del made in Italy verrà comunicata l'eventuale variazione dei componenti della Commissione, determinata da avvicendamenti organizzativi.

5. La Commissione, nella salvaguardia dei principi di riservatezza della gestione, stabilisce i documenti dalla stessa elaborati che possono essere resi pubblici sul sito internet della Rai.

6. Entro tre mesi dalla data di pubblicazione del presente Contratto nella *Gazzetta Ufficiale* è istituito, per la durata del Contratto stesso, un

Comitato, quale sede permanente di confronto fra il Ministero e la Rai che, con carattere consultivo, esprime pareri e avanza proposte in ordine alla programmazione sociale e alle iniziative assunte dalla Rai ai sensi dell'art. 9 del presente Contratto.

7. Il Comitato è composto da dodici membri, nel rispetto dell'equilibrio di genere, di cui sei nominati dal Ministero, scelti tra i rappresentanti di commissioni, consulte e organizzazioni senza scopo di lucro di rilievo nazionale anche in rappresentanza delle persone con disabilità sensoriale, con competenza ed esperienza sui temi di cui all'art. 9, e sei nominati dalla Rai.

8. Il Comitato è coordinato pariteticamente da un rappresentante del Ministero e da uno della Rai e si avvale, per il suo funzionamento, di personale, mezzi e servizi messi a disposizione dalla Rai. Il Comitato, entro tre mesi dalla sua costituzione, approva un regolamento di funzionamento. I coordinatori sovrintendono alla predisposizione degli strumenti e dei materiali necessari per i lavori del Comitato, coordinano i lavori delle sessioni e rappresentato il Comitato nei rapporti con istituzioni, enti e associazioni.

Art. 22.

Comunicazioni

1. La Rai è tenuta a trasmettere al Ministero, all'Autorità e alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, entro i tre mesi successivi alla chiusura di ciascun semestre, una dettagliata informativa sul rispetto degli obblighi di cui all'allegato 1.

2. In riferimento agli obiettivi di natura editoriale, la Rai è tenuta a predisporre e trasmettere annualmente al Ministero delle imprese del made in Italy e alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi una informativa in cui siano evidenziate le strategie editoriali individuate per valorizzare le diverse tematiche all'interno dell'offerta di servizio pubblico e i conseguenti risultati raggiunti.

3. Al fine di fornire una completa informativa sulle dinamiche della gestione, entro il mese di giugno di ogni anno la Rai è tenuta a trasmettere al Ministero e al Ministero dell'economia e delle finanze, all'Autorità ed alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi una relazione sui risultati economico-finanziari dell'esercizio precedente, utilizzando anche fonti non aziendali, recante informazioni anche in merito:

a) alla ripartizione del mercato pubblicitario, con evidenza della fonte di riferimento, per ciascun mezzo di comunicazione (quotidiani, periodici, televisione, radio, internet, ecc.);

b) ai ricavi pubblicitari della Rai per mezzo e per tipologia;

c) agli indici di affollamento pubblicitario per fascia oraria ed a livello complessivo.

4. La Rai è tenuta, altresì, a trasmettere al Ministero e al Ministero dell'economia e delle finanze, entro quindici giorni dalla loro approvazione:

a) i piani industriali (economici, finanziari, di investimento e strategici);

b) le previsioni economiche e i bilanci consuntivi di esercizio e della contabilità separata;

c) i bilanci infrannuali al 30 giugno.

5. La Rai è tenuta a trasmettere al Ministero, all'Autorità e alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, per ciascun esercizio, entro i tre mesi successivi alla chiusura di ciascun esercizio, l'informativa di cui al precedente art. 20, comma 3, lettera *a)* nonché a comunicare al Ministero, entro i sei mesi successivi alla chiusura di ciascun esercizio, l'avvenuta pubblicazione sul sito Rai degli esiti dei monitoraggi di cui al precedente art. 20, comma 3, con evidenza delle misurazioni dei relativi indicatori di *performance*.

6. La Rai fornisce al Ministero, a consuntivo, con cadenza trimestrale ed a fini statistico-informativi e senza oneri aggiuntivi, con riferimento ai collegamenti mobili, la frequenza impegnata, la distanza delle tratte realizzate ove si impieghino mezzi non in movimento, la distanza media delle tratte ove si impieghino mezzi in movimento e la durata del servizio effettuato.



Art. 23.
Trasparenza

1. In attuazione dell'art. 63, comma 21, lettera g) TUSMA, la Rai adotta il «Piano per la trasparenza e la comunicazione aziendale» che prevede la pubblicazione, sulla sezione *Corporate* Trasparenza del sito web aziendale, di dati e informazioni relative alla Rai, che si impegna a mantenere aggiornate secondo gli obblighi di legge.

2. La Rai è tenuta a pubblicare sul proprio sito:

a) il bilancio annuale e semestrale, della contabilità separata, nonché il bilancio di sostenibilità di cui al precedente art. 12 del presente Contratto;

b) il presente Contratto;

c) lo Statuto sociale;

d) il Modello di organizzazione, gestione e controllo ex decreto legislativo n. 231/2001, parte generale;

e) il Codice etico;

f) il Piano per la trasparenza e la comunicazione aziendale;

g) i risultati dei monitoraggi di cui al precedente art. 20, comma 3 del presente Contratto;

h) il piano di prevenzione della corruzione previsto dalla legge 6 novembre 2012, n. 190.

3. La Rai è tenuta a predisporre un apposito piano di comunicazione per stabilire un «filo-diretto» con gli utenti che preveda l'utilizzo delle diverse piattaforme a disposizione per un potenziamento delle possibilità di interlocuzione diretta con cittadini.

Art. 24.
Deposito cauzionale e penali

1. A garanzia degli obblighi assunti, la Rai ha costituito, presso primari istituti bancari, un deposito cauzionale di 1 milione di euro in numerario o in titoli di Stato di pari valore nominale ovvero una fidejussione rilasciata da primario istituto bancario. Gli interessi sulla somma depositata sono di spettanza della Rai.

2. Coerentemente a quanto previsto dall'art. 16, comma 2, della Convenzione, in caso di intervenuta decadenza il Ministero dell'economia e delle finanze ha il diritto di incamerare il deposito cauzionale di cui al precedente comma.

3. Fatto salvo il presidio sanzionatorio definito dal TUSMA, per gli inadempimenti agli obblighi assunti dalla Rai, che non comportino una penale più grave, il Ministero, dopo la debita contestazione alla Rai medesima, può applicare una penale, definita con provvedimento dell'Autorità nei suoi minimi e massimi, per ciascuna infrazione riscontrata, in applicazione del principio di proporzionalità, in conformità con quanto previsto dall'art. 15, comma 4, della Convenzione.

Art. 25.
Efficacia, adeguamento e scadenza

1. Gli effetti del presente Contratto, che ha durata quinquennale, decorrono dal giorno successivo alla sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana. Fino alla data di pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* del successivo Contratto, i rapporti tra la Rai e il Ministero restano regolati dalle disposizioni del presente Contratto.

2. Il Ministero e la Rai si impegnano ad adeguare il presente Contratto alla normativa sopravvenuta.

3. Gli allegati 1 e 2 costituiscono parte integrante del Contratto. L'allegato 2 non è soggetto a pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana ed è depositato presso la Direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica e di radiodiffusione del Ministero.

4. Il Ministero e la Rai si impegnano a dare la massima diffusione, attraverso ogni mezzo di comunicazione, al presente Contratto.

*Il Capo Dipartimento per il digitale,
la connettività e le nuove tecnologie*
SPINA

Il Presidente
SOLDI

L'Amministratore delegato
SERGIO

*Registrato alla Corte dei conti l'8 maggio 2024
Ufficio di controllo sugli atti del Ministero delle imprese e del made in Italy, del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste e del Ministero del turismo, n. 750*

AVVERTENZA:

A seguito dell'entrata in vigore del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 30 ottobre 2023, n. 174, recante «Regolamento di organizzazione del Ministero delle imprese e del made in Italy», la denominazione della Direzione generale per i servizi di comunicazione elettronica e di radiodiffusione, richiamata nell'art. 25, comma 3, è cambiata in Direzione generale per il digitale e le telecomunicazioni - Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione.

ALLEGATO I

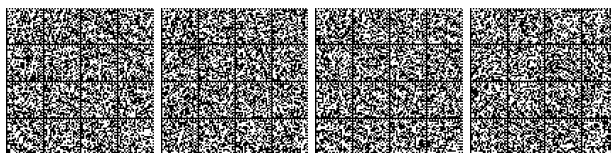
OFFERTA DI SERVIZIO PUBBLICO

1. La Rai articola la propria offerta di servizio pubblico con l'obiettivo di raggiungere tutti i cittadini utenti, integrando le diverse piattaforme distributive.

2. L'offerta televisiva, articolata in canali generalisti e semigeneralisti/tematici, deve essere prevalentemente composta da programmi classificabili nei generi seguenti, con le caratteristiche di seguito indicate:

a) informazione generale e approfondimenti: notiziari nazionali e regionali con programmazione quotidiana o straordinaria; informazione istituzionale e parlamentare nazionale ed europea; rubriche tematiche, inchieste e dibattiti di rete o di testata, attinenti ai temi dell'attualità interna, alla transizione ecologica, alla transizione digitale, ai fenomeni sociali e del terzo settore, alle diverse confessioni religiose, alla realtà delle periferie, alle condizioni della vita quotidiana delle persone e dei gruppi sociali, alla promozione della conoscenza della Costituzione e del Trattato dell'Unione europea, alla diffusione e promozione della cultura della legalità; informazione di interesse internazionale accompagnata da approfondimenti qualificati; informazione sul funzionamento e sulle attività dell'Unione europea e sugli effetti che queste hanno a livello locale, tramite approfondimenti prodotti autonomamente dalle sedi regionali della Rai;

b) programmi di servizio: trasmissioni prevalentemente incentrate sulle esigenze e sullo sviluppo della collettività e dell'individuo, in cui saranno anche valorizzate le opportunità europee e adottati formati adatti anche ad un consumo web e in mobilità; trasmissioni che valorizzino la società in tutte le sue componenti, con particolare attenzione alle esigenze delle famiglie, dei giovani, delle fasce anziane della popolazione, alle questioni sociali e ai fenomeni emergenti; trasmissioni finalizzate alla tutela e valorizzazione delle peculiarità ed eccellenze nazionali; trasmissioni dedicate alle celebrazioni liturgiche, a temi religiosi e al dialogo interreligioso; trasmissioni finalizzate a promuovere la conoscenza dell'Unione europea; programmi legati ai temi del lavoro, ai bisogni della collettività (quali le condizioni delle strutture sanitarie, assistenziali e previdenziali), all'ambiente e alla qualità della vita; programmi che promuovano l'alfabetizzazione digitale; programmi che favoriscano la comprensione delle diversità presenti nella società



contemporanea e i processi di inclusione; programmi che favoriscano l'educazione civica, programmi che favoriscano l'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale, in raccordo con la strategia nazionale prevista dall'art. 24-bis del decreto-legge 23 dicembre 2016, n. 237, nonché la comprensione dei mercati dell'energia in collaborazione con l'autorità di settore; spazi informativi di servizio e di comunicazione sociale, dedicati al volontariato e all'associazionismo;

c) programmi culturali e di intrattenimento: trasmissioni a carattere culturale, anche realizzate seguendo i canoni dell'intrattenimento, e con possibilità di declinazione multipiattaforma; trasmissioni finalizzate a promuovere e valorizzare la lingua italiana, la storia, le tradizioni, i costumi, il patrimonio storico-culturale del Paese e dell'Europa e a diffonderne la conoscenza; trasmissioni volte a sensibilizzare sui temi della tutela del patrimonio artistico, paesaggistico e ambientale del Paese; trasmissioni e documentari a contenuto educativo, storico, artistico, letterario e scientifico; programmi per la valorizzazione e promozione del turismo in Italia e del made in Italy nel mondo; trasmissioni con finalità didattico-divulgative su temi sia scolastici sia attinenti alla vita quotidiana dirette a valorizzare sia le conoscenze sia le abilità; programmi volti a favorire l'educazione artistica e la valorizzazione delle opere d'arte e dell'ingegno; programmi volti a far conoscere e promuovere il talento individuale anche attraverso *format* che favoriscano forme di collaborazione tra i partecipanti, con particolare riguardo alle trasmissioni rivolte ai minori e ai giovani; programmi finalizzati a soddisfare i bisogni di conoscenza e di approfondimento; programmi dedicati al racconto del reale, svolto anche attraverso ricostruzioni o esperimenti sociali, nonché con modalità multimediali;

d) informazione e programmi sportivi: eventi nazionali e internazionali, anche delle discipline sportive meno popolari, dello sport femminile e dello sport praticato dalle persone con disabilità, trasmessi in diretta o registrati; notiziari e rubriche di approfondimento, anche volte a divulgare i valori dello sport e i suoi risvolti sociali;

e) programmi per giovani e minori: programmi dedicati all'infanzia e all'adolescenza e comunque al pubblico più giovane che abbiano finalità formativa, informativa, nel rispetto del diritto dei minori alla tutela della loro dignità e del loro sviluppo fisico, psichico e morale, programmi dedicati ai maggiorenni *under 35* che abbiano finalità formativa, informativa, culturale e orientativa, anche ai fini dello sviluppo individuale e autonomo oltretutto delle scelte lavorative;

f) opere italiane ed europee: opere cinematografiche, fiction, serie televisive per minori anche in animazione, cartoni, documentari di origine italiana ed europea; programmi per la valorizzazione dell'audiovisivo in generale.

3. Fermo restando che la programmazione della concessionaria si distingue per contenuti di elevato livello qualitativo che rappresentano la cultura e la tradizione italiana ed europea, la Rai è tenuta a riservare ai generi di cui al precedente comma 2 non meno del 70 per cento della programmazione annuale delle reti generaliste (80 per cento di quella della terza rete) nella fascia oraria tra le ore 6 e le ore 24. Agli stessi generi deve essere riservata una quota non inferiore al 70 per cento della programmazione annuale complessiva delle reti semigeneraliste/tematiche. La programmazione, nel rispetto degli orari di trasmissione, deve essere diffusa in modo equilibrato in tutti i periodi dell'anno, in tutte le fasce orarie (compresa quella di *prime time*).

4. L'offerta radiofonica, articolata in canali generalisti e semigeneralisti/tematici, deve essere prevalentemente composta da programmi classificabili nei generi seguenti, con le caratteristiche di seguito indicate:

a) notiziari: giornali radio, anche sportivi o tematici, di formato, stile e contenuto diversificato secondo il canale;

b) informazione: programmi o rubriche di approfondimento, inchieste, *reportage*; dibattiti e «fili diretti», anche in formato di flusso; radiocronache, programmi e rubriche dedicati alle varie discipline sportive;

c) cultura e intrattenimento: programmi di attualità scientifica e culturale, anche con carattere di intrattenimento; teatro (mediante ripre-

se o produzioni in studio); documentari e rievocazioni storiche anche basati su elaborazioni di materiali di archivio;

d) società: programmi, rubriche e *talk show* su temi sociali e di costume, anche rivolti al mondo dei giovani o realizzati in formati innovativi, capaci di rappresentare la vita sociali e nei territori e di ampliare il dibattito sull'evoluzione civile del Paese; rubriche dedicate al tema delle pari opportunità e al ruolo delle donne nella società;

e) musica: programmi dedicati a tutti i generi e sottogeneri di musica; programmi e contenitori prevalentemente musicali; trasmissioni dal vivo o in via differita di eventi musicali; programmi di attualità sulla musica nazionale e popolare; programmi e contenitori prevalentemente musicali dedicati in particolare alla musica italiana e ai giovani artisti; programmi volti a favorire l'educazione musicale e la valorizzazione delle opere d'arte e dell'ingegno;

f) servizio: rubriche e servizi sull'attività degli organi istituzionali nazionali ed europei; programmi dedicati alla informazione sulle nuove tecnologie digitali; programmi, rubriche e radiocronache dedicati a celebrazioni liturgiche, a temi religiosi e al dialogo interreligioso; rubriche tematiche di particolare interesse sociale o rivolte a particolari *target* (minori, anziani, disabili, ecc.) dedicate alla promozione della conoscenza della Costituzione e del Trattato dell'Unione europea, alla diffusione e promozione della cultura della legalità e della dignità della persona; programmazione per non vedenti; programmi volti alla tutela e alla valorizzazione della lingua italiana e alla promozione della lettura; trasmissioni finalizzate a promuovere la conoscenza dell'Unione europea e delle questioni legate alla difesa dell'ambiente;

g) pubblica utilità: notiziari e servizi sulla viabilità, la sicurezza stradale e le condizioni meteo, specialmente dedicati all'utenza mobile; bollettino del mare, della neve; messaggi di emergenza e di protezione civile; segnale orario.

5. La Rai è tenuta a riservare ai generi di cui al precedente comma 4 non meno del 70 per cento dell'offerta annuale di programmazione dei canali nazionali Radio Uno e Radio Due e non meno del 90 per cento di Radio Tre. Agli stessi generi deve essere riservata una quota non inferiore al 70 per cento della programmazione annuale complessiva dei canali tematici.

6. L'offerta multimediale, distribuita sulle piattaforme proprietarie, deve essere prevalentemente composta da programmi classificabili rispettivamente nei generi di cui al precedente comma 2 e comma 4. In particolare Rai deve:

produrre contenuti in formato nativo digitale;

rendere fruibili, nei limiti dei diritti disponibili, i propri contenuti in modalità lineare e non lineare, secondo le nuove modalità di consumo;

declinare la propria offerta multimediale attraverso lo sviluppo di prodotti «*original*»;

accrescere progressivamente l'offerta di prodotti provenienti dalle teche Rai.

7. La Rai è tenuta a fornire almeno il 90% della propria offerta televisiva e radiofonica lineare in *streaming*.

8. La Rai è tenuta a garantire un numero adeguato di ore di diffusione - come definito dall'Autorità - di contenuti audiovisivi dedicati all'educazione, ivi compresa l'educazione civica, finanziaria, assicurativa e previdenziale, alla formazione, alla promozione culturale, sociale e della famiglia, con particolare riguardo alla valorizzazione delle opere teatrali, cinematografiche, televisive, anche in lingua originale, e musicali riconosciute di alto livello artistico o maggiormente innovative, nonché allo sport e all'informazione finalizzata alla comprensione delle problematiche ambientali con particolare riferimento agli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 in materia di sviluppo sostenibile. La diffusione degli stessi contenuti audiovisivi dovrà essere realizzata in modo proporzionato in tutte le fasce orarie, anche di maggiore ascolto, e su tutte le piattaforme distributive proprietarie.

24A02566

