

# IL PLURALISMO DELL'INFORMAZIONE NELL'ERA DIGITALE

## APPLICAZIONE DEL MEDIA PLURALISM MONITOR NELL'UNIONE EUROPEA, IN ALBANIA, MONTENEGRO, REPUBBLICA DELLA MACEDONIA DEL NORD, SERBIA E TURCHIA NELL'ANNO 2021

Paese: Italia

Roberta Carlini, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute

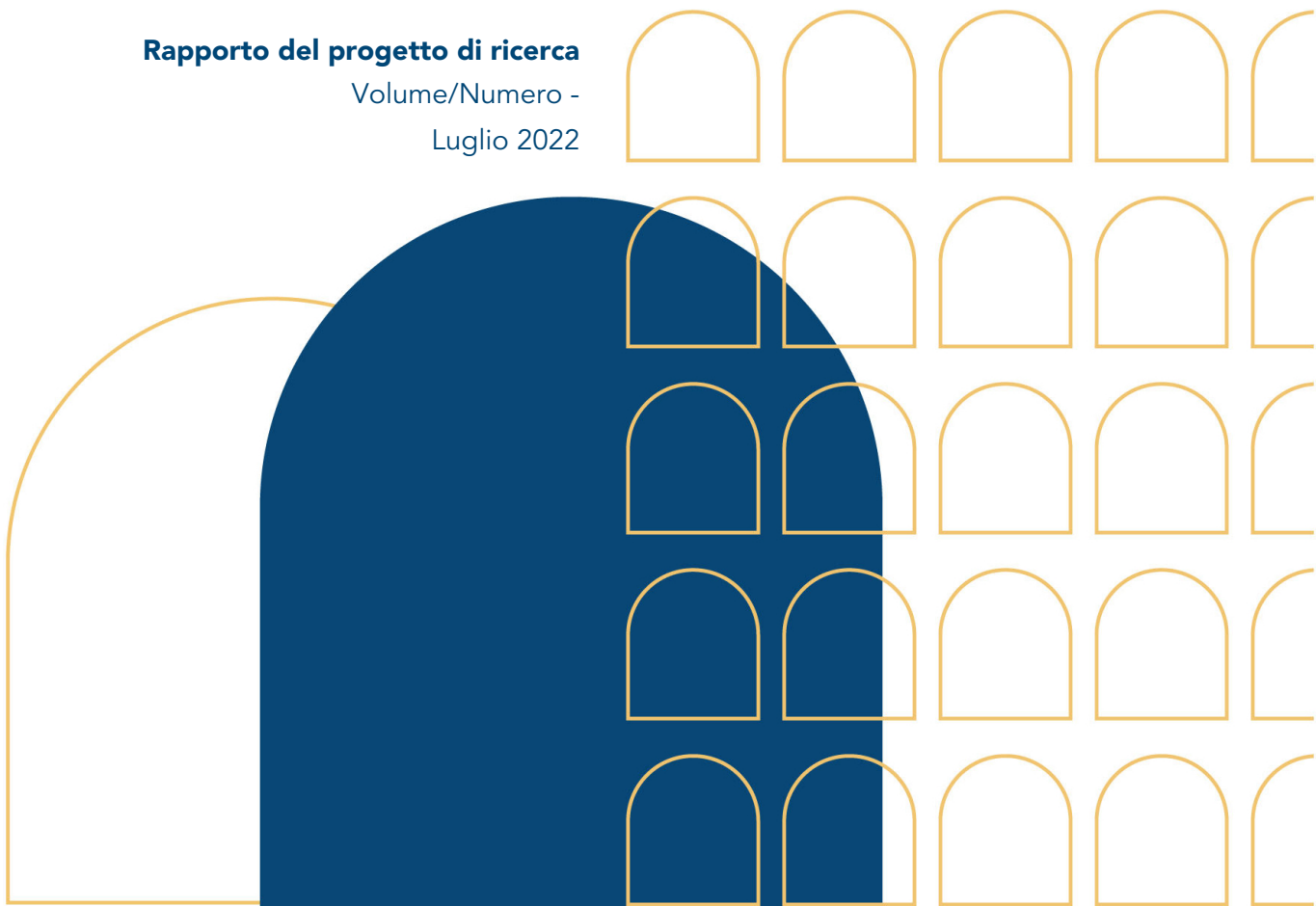
Matteo Trevisan, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute

Elda Brogi, Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute

**Rapporto del progetto di ricerca**

Volume/Numero -

Luglio 2022



# INDICE

<b>1. Il progetto</b>	<b>4</b>
1.1. Sintesi del progetto	4
1.2. Nota metodologica	4
<b>2. Introduzione</b>	<b>6</b>
<b>3. Sintesi dei risultati</b>	<b>9</b>
3.1. Protezione dei Diritti Fondamentali (32% - Rischio basso)	11
3.2. Pluralismo di Mercato (63% - Rischio medio)	14
3.3. Indipendenza Politica (53% - Rischio medio)	18
3.4. Inclusione Sociale (55% - Rischio medio)	21
<b>4. Il pluralismo online</b>	<b>25</b>
<b>5. Conclusioni</b>	<b>31</b>
<b>6. Note</b>	<b>35</b>
<b>7. Bibliografia</b>	<b>40</b>
<b>Appendice I. Gruppo di ricerca</b>	
<b>Appendice II. Gruppo di esperti</b>	

© European University Institute 2022

Autrici © Roberta Carlini, Matteo Trevisan, Elda Brogi, 2022

Pubblicato da European University Institute,  
Robert Schuman Centre for Advanced Studies.

Questo testo può essere scaricato solo per scopi personali di ricerca. Riproduzioni ulteriori per altri scopi, sia stampate che digitali, devono essere autorizzate dalle autrici. In caso di citazione del rapporto, il riferimento bibliografico deve comprendere i nomi delle autrici, il titolo, l'anno e l'editore.

Le richieste vanno indirizzate a: [cmpf@eui.eu](mailto:cmpf@eui.eu)

Questa pubblicazione riflette il punto di vista delle autrici e non quello dell'European University Institute.

La versione inglese del rapporto è quella ufficiale.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom  
Robert Schuman Centre for Advanced Studies

Rapporto del Progetto di Ricerca  
RSC / Centre for Media Pluralism and Media Freedom

-

Pubblicato in Luglio 2022

European University Institute  
Badia Fiesolana  
I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union. The European Commission supports the EUI through the EU budget. This publication reflects the views only of the author(s) and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# 1. Il progetto

## 1.1. Sintesi del progetto

Il Media Pluralism Monitor (MPM) è uno strumento di ricerca progettato per individuare o rischi potenziali per il pluralismo dell'informazione negli Stati membri dell'Unione Europea e nei Paesi candidati. Questo rapporto è frutto della implementazione dell'MPM attuata nel 2021, che è stata effettuata per i 27 Stati membri dell'Unione Europea e per Albania, Montenegro, Repubblica della Macedonia del Nord, Serbia e Turchia. Il progetto, previsto da un'azione preparatoria del Parlamento Europeo, è sostenuto da un finanziamento assegnato dalla Commissione Europea al Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) dell'European University Institute.

## 1.2. Nota metodologica

### Autori e revisione

Il CMPF collabora con ricercatori locali esperti ed indipendenti che effettuano la raccolta dei dati e scrivono i rapporti-Paese, tranne nel caso dell'Italia, per la quale la raccolta dei dati è condotta in maniera contralizzata dal team del CMPF. La ricerca è basata su un questionario standard sviluppato dal CMPF.

In Italia il rapporto è stato realizzato da Roberta Carlini, Matteo Trevisan ed Elda Brogi (CMPF, European University Institute), che hanno raccolto i dati, valutato e commentato le variabili del questionario e intervistato gli esperti. Il rapporto è stato revisionato dallo staff del CMPF. Inoltre, per assicurare l'accuratezza e l'affidabilità dei risultati, un gruppo di esperti in ciascun Paese è stato chiamato a revisionare le risposte a domande che richiedevano una valutazione qualitativa (nell'Allegato II la lista degli esperti). Per un gruppo di Paesi selezionati, il rapporto finale è stato sottoposto a peer review di un esperto nazionale indipendente.

Il MPM esamina i rischi per il pluralismo dei media in quattro macroaree: Protezione Fondamentale, Pluralità del Mercato, Indipendenza Politica, Inclusione sociale. I risultati sono basati sulla valutazione dei vari indicatori che compongono ciascuna area tematica (v. tabella 1)

<b>Protezione dei Diritti Fondamentali</b>	<b>Pluralismo di Mercato</b>	<b>Indipendenza Politica</b>	<b>Inclusione Sociale</b>
Protezione della libertà di espressione	Trasparenza della proprietà dei media	Indipendenza politica dei media	Accesso delle minoranze ai media
Protezione del diritto all'informazione	Concentrazione dei mezzi di informazione	Autonomia editoriale	Accesso delle comunità locali/regionali e media civici
Standard e tutele della professione giornalistica	Concentrazione delle piattaforme digitali e tutela della concorrenza	Media audiovisivi, piattaforme digitali ed elezioni	Accesso delle donne ai media
Indipendenza ed efficacia dell'autorità di regolamentazione dei media	Sostenibilità economica dei media	Regolazione dei contributi e del supporto pubblico ai media	Alfabetizzazione mediatica
Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet	Influenza commerciale e proprietaria sui contenuti editoriali	Indipendenza dei media di servizio pubblico	Protezione dai contenuti illegali e dannosi

Tavola 1: Aree e Indicatori del Monitor sul Pluralismo dei Media

## La dimensione digitale

*Nel Monitor la dimensione digitale non è considerata come un'area a se stante, ma interconnessa con i media tradizionali e con i principi esistenti del pluralismo dei media e della libertà di espressione. Tuttavia, il Monitor estrae punteggi degli specifici rischi digitali e il rapporto contiene una specifica analisi dei rischi correlati all'ambiente dell'informazione digitale.*

## **Il calcolo del rischio**

*I risultati di ciascuna area tematica e ciascun indicatore sono presentati in una scala da 0 a 100%.*

*Punteggi da 0 a 33%: rischio basso*

*Punteggi da 34 a 66%: rischio medio*

*Punteggi da 67 a 100%: rischio alto*

*Per quanto riguarda gli indicatori, per default il punteggio di 0 è calcolato 3%, mentre il punteggio di 100 è calcolato 97%, per evitare una valutazione di totale assenza o totale certezza del rischio.*

**Disclaimer:** Il contenuto del rapporto non riflette necessariamente il punto di vista del CMPF, né quello dei membri che compongono il gruppo degli esperti. Il rapporto rappresenta il punto di vista del gruppo nazionale che ha realizzato la raccolta dei dati e lo ha scritto. A causa di aggiornamenti e aggiustamenti del questionario, i punteggi dell'MPM2021 possono non essere completamente comparabili con quelli delle passate edizioni dell'MPM. Per maggiori dettagli sul progetto, si veda il rapporto finale del MPM 2022, disponibile qui: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/74712>

## 2. Introduzione

- L'Italia ha un'area di 310.338 km<sup>2</sup>, che si estende dalle Alpi al Mar Mediterraneo. Il Paese ha una popolazione di 58.983.122 abitanti, in costante diminuzione a causa del saldo naturale negativo; questa tendenza, iniziata nel 2015, ha subito una accelerazione nel 2020, a causa della pandemia da COVID-19. Il 2021 ha registrato 709.000 decessi e 399.000 nascite. Il saldo immigrazione-emigrazione è 157.000 abitanti. Gli stranieri residenti in Italia sono 5.171.000. Le principali minoranze sono quella rumena (20.8% del totale degli stranieri residenti), albanese (8.3%), marocchina (8.2%), cinese (6.3%), e Ucraina (4.5%).<sup>[1]</sup>
- **Lingua.** L'Italiano è la lingua più parlata. In base all'articolo 6 della Costituzione, "La Repubblica tutela con apposite norme le minoranze linguistiche". Vi sono dodici lingue di minoranza riconosciute e protette in Italia, parlate da circa 2.500.000 persone, provenienti da cinque distinti ceppi linguistici (albanese, germanico, greco, neolatino, slavo). Le lingue parlate dai migranti non sono protette.
- **Situazione economica.** L'Italia è la terza economia dell'area dell'euro in termini di Prodotto interno lordo. Nel 2021, il Pil Italiano è aumentato del 6,6% (del 7.5%, ai prezzi correnti); il rapporto deficit/PIL è stato del 7,2%, mentre quello debito/Pil del 150,8%. Nel 2020, l'economia Italiana è stata colpita duramente dalla pandemia da COVID-19, registrando una contrazione del Pil dell'8,9%.<sup>[2]</sup> Nel 2021, si è registrata una ripresa economica trainata dalla attenuazione dell'emergenza sanitaria, dalla campagna vaccinale, dalla graduale riapertura dell'economia nazionale e internazionale, e dalle politiche di spesa pubblica. Nell'agosto del 2021 l'Italia ha ricevuto 24.9 miliardi di Euro come pre-finanziamento del *Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza* (PNRR), e nell'aprile del 2022 la Commissione Europea ha autorizzato il primo pagamento, di 21 miliardi.<sup>[3]</sup> Sebbene nel 2021 il Pil italiano abbia registrato una crescita superiore alla media europea, in termini assoluti è ancora al di sotto dei livelli del 2019. Nel 2021 il tasso di occupazione è aumentato fino al 62,7% (anche in questo caso, al di sotto del livello del 2019 e della media europea); la ripresa lavorativa ha giovato alla maggior parte dei gruppi sociali più colpiti dalla recessione del 2020 (donne e giovani), ma non ha attenuato il divario di genere, generazionale e territoriale che caratterizza il mercato del lavoro italiano. Il tasso assoluto di povertà è stabile al 9,4%, con rilevanti differenze geografiche (8,2% al Nord, 7,3% al Centro, 12,1% al Sud) (ISTAT 2022). All'inizio del 2022, la Banca d'Italia ha previsto un ritorno dell'economia ai livelli del 2019 entro la metà del 2022; ma tale previsione è stata rivista per tener conto dell'impatto della guerra in Ucraina, e nell'aprile del 2022 la Banca Centrale ha tracciato tre scenari alternativi per l'anno in corso, prevedendo una oscillazione del Pil da più 3% a meno 0,5% (Banca d'Italia, 2022). Il governo italiano ha rivisto le stime ufficiali di crescita, prendendo in considerazione il peggioramento della situazione economica, l'incremento dei prezzi dell'energia, del cibo e dei materiali grezzi, il trend nei tassi di interesse, ed il rallentamento dell'export Italiano; nel Documento di economia e finanza (DEF) del 2022, la crescita programmata del Pil per il 2022 è stata portata al 3,1% (dal 4,7%).<sup>[4]</sup> Anche prima della brusca contrazione avvenuta nel 2020, l'economia era caratterizzata da bassa crescita, elevata disoccupazione (soprattutto per giovani e donne), e dal declino degli investimenti pubblici e privati. Tra i problemi persistenti si registrano la bassa produttività, il livello del debito pubblico, e alcune deficienze strutturali che inficiano la crescita, relative al funzionamento dell'amministrazione pubblica e della giustizia civile; e ai fenomeni della corruzione e dell'evasione fiscale. Su tali deficienze strutturali si concentrano alcune delle riforme previste dal *Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza*.
- **Situazione politica.** Nel febbraio del 2021 l'ex presidente della Banca centrale europea, Mario Draghi,

è entrato in carica come primo ministro. Il governo Draghi è sostenuto da tutti i partiti politici rappresentati in parlamento, ad eccezione di Fratelli d'Italia. La svolta politica è avvenuta in seguito a una crisi aperta dal partito di minoranza Italia Viva (guidato dall'ex premier Matteo Renzi), e all'appello da parte del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella per la creazione di una larga alleanza nazionale per far fronte alle sfide straordinarie poste dalle conseguenze della pandemia: la campagna vaccinale, la crisi socio-economica, la strategia di ripresa tramite l'uso dei fondi europei (l'Italia è uno dei maggiori beneficiari del piano Next Generation EU). Quello di Draghi è il terzo governo nominato dal parlamento eletto nel 2018. La XVIII legislatura è iniziata con un governo sostenuto dalla Lega Nord e dal Movimento 5 Stelle e guidato da Giuseppe Conte, ma nel settembre 2019, in seguito alle elezioni europee, l'alleanza è collassata portando alla nascita di un nuovo governo, guidato dallo stesso Giuseppe Conte ma sostenuto da Movimento 5 Stelle, Partito Democratico, e altri partiti minori (Liberi e Uguali e Italia Viva). Sebbene le categorie tradizionali difficilmente possano essere applicate al mutevole scenario politico italiano e in particolare al Movimento 5 Stelle, fondato dal comico Beppe Grillo, che si autodefinisce "né di destra, né di sinistra", è possibile affermare che negli ultimi tre anni l'Italia abbia sperimentato un governo di centro-destra, uno di centro-sinistra, e una "grande coalizione". L'unico partito che non sostiene il governo, Fratelli d'Italia, ha un orientamento di estrema destra. Nel 2021 si sono svolte elezioni amministrative in 1.342 comuni. Il centro-sinistra ha vinto in 15 capoluoghi su 20 (tra i quali Roma, Milano, Torino, e Napoli).

- **Il mercato dei media.** La televisione è ancora la principale fonte di informazione, seguita da internet, dai giornali, e dalla radio. Nel giorno medio, il consumo di informazione per la televisione è del 72,5%, del 48% per internet, del 17,6% per i giornali, e dell'11,9% per la radio. Rispetto agli anni precedenti, la televisione è rimasta stabile, mentre internet ha registrato una forte crescita; si evidenzia invece un declino per i giornali e la radio. La pandemia ha accelerato le dinamiche preesistenti: per quanto riguarda la televisione, si è registrata una spinta consistente verso i servizi di video on demand a pagamento (gli utenti unici di servizi video on demand a pagamento sono cresciuti da 11,2 milioni nel 2019 a 14,9 milioni nel 2021; mentre è continuato il lungo declino dei giornali (le vendite giornaliere medie sono scese da 2,09 milioni di copie nel 2019 a 1,70 milioni nel 2021) (AGCOM 2021a, p.72; AGCOM 2022a). Gli Italiani accedono alle notizie online prevalentemente tramite lo smartphone e tramite accesso in via indiretta, intermediato da fonti algoritmiche. Il crescente ruolo di internet ha avuto un impatto rilevante sul mercato dei media; la valutazione del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC, il vasto aggregato sul quale la legislazione italiana valuta i limiti alle concentrazioni) mostra una riduzione del peso della stampa e la crescita degli intermediari digitali. Nel 2019, i servizi di media audiovisivi detenevano ancora la quota dominante (48,2%, in riduzione rispetto al 49% dell'anno precedente), seguiti dalla stampa (editoria quotidiana, periodica e agenzie di stampa (19,7%, in calo dal 21,1%) e dell'editoria elettronica e pubblicità online (19,5%, in aumento dal 17,5%) (AGCOM 2021b). Sebbene la valutazione aggiornata del SIC non sia disponibile al momento della stesura di questo rapporto, gli indicatori economici mostrano chiaramente il persistere di questo trend. L'AGCOM (2021b) riporta un crescente indice di concentrazione per il mercato pubblicitario online (72% nel 2020). Il mercato italiano dei media è storicamente caratterizzato da un alto grado di concentrazione, con il duopolio costituito dalla concessionaria pubblica (Rai) e da Fininvest/Mediaset nel settore radiotelevisivo in chiaro (nel 2021 Mediaset ha cambiato il proprio nome in MFE - Media for Europe, società registrata in Olanda e controllata da Fininvest, la holding della famiglia Berlusconi; MFE detiene la totalità delle quote di Mediaset Italia); mentre Comcast-Sky è il principale operatore nella TV a pagamento, la veloce crescita dei servizi di streaming "sfida il triumvirato" (Mediobanca 2022, p.20): secondo le stime, Netflix è attualmente il quarto attore nel mercato audiovisivo italiano (sebbene lo stesso report informi che la sua crescita impetuosa registrata nel 2020-2021 si sia arrestata nei primi mesi del 2022). Nel settore della stampa, la dinamica di crescente concentrazione evidenziata nelle

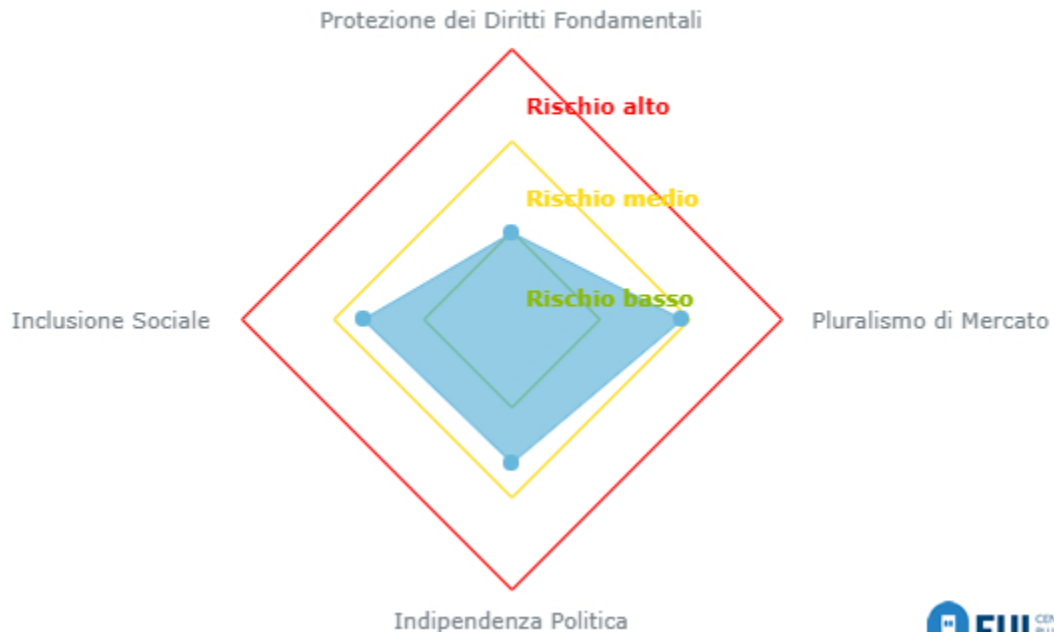
precedenti edizioni di questo report è continuata, spinta anche dal peggioramento delle condizioni economiche del mercato. Il primo operatore è il Gruppo Gedi, posseduto da Exor (la holding della famiglia Agnelli), seguito da Cairo/RCS, Monrif e Caltagirone. Ad eccezione di Cairo/RCS, tutti i maggiori attori non sono editori puri, ma posseggono anche società attive in altri settori industriali, commerciali e finanziari.

- **Quadro normativo e regolatorio.** La Direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo e del Consiglio sui servizi di media audiovisivi (direttiva AVMS) è stata recepita nel dicembre del 2021 con il decreto legislativo 208/2021, che ha sostituito il TUSMAR (decreto legislativo 177/2005) con un nuovo testo unico, il TUSMA (Testo unico sui servizi di media audiovisivi): il nuovo testo estende alcune delle normative previste per l'audiovisivo alle piattaforme di condivisione video, rivede il regolamento anti-concentrazione previsto per il settore dei media ai fini di garantire il pluralismo dei media, e aggiorna di conseguenza il ruolo e i compiti del regolatore italiano, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM). La Direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale è stata trasposta nel Dicembre del 2021 con decreto legislativo n.177/2021.
- **COVID-19.** Con quasi 17 milioni di casi e 160.000 decessi (a maggio 2022), l'Italia è stata gravemente colpita dal COVID-19 (in numeri assoluti, il nono Paese a livello mondiale e il terzo Paese a livello Europeo). Nel 2021 sono stati ufficialmente registrati 59.136 decessi correlati all'infezione da COVID-19 e l'eccesso di mortalità dall'inizio della pandemia (marzo 2020) a gennaio 2022 è stato di 178.000 decessi (ISTAT-ISS 2022). La campagna vaccinale, iniziata a dicembre 2020, a maggio 2021 ha raggiunto livelli di copertura elevati. A maggio 2022, il 93% della popolazione di età superiore ai 12 anni era completamente vaccinata (con la dose di richiamo) o si era ripresa dall'infezione dopo la seconda dose. Lo stato di emergenza è durato tutto il 2021, con successivi lockdown e restrizioni, e si è concluso il 1° aprile 2022. Il secondo anno dell'emergenza COVID-19 ha influito sull'ambiente mediatico in modi diversi, dalle questioni legate alla tutela dei giornalisti (in particolare, di quelli che hanno coperto le proteste e i movimenti "No Vax"), all'ulteriore spinta alla digitalizzazione in relazione alle abitudini di consumo, passando per il perdurare dell'impatto economico sui ricavi dei media. A questo proposito, l'attenuazione dell'impatto della pandemia e la ripresa economica del 2021 hanno giovato solo in parte all'industria dei media. È proseguita la flessione dei ricavi diffusionali e pubblicitari del settore dei quotidiani.
- **Guerra in Ucraina.** Nel 2022 (si noti che la data collection per la presente valutazione copre esclusivamente l'anno 2021), la guerra in Ucraina è diventata rapidamente la notizia principale. Parallelamente, è cresciuto un dibattito sulla qualità dell'informazione fornita dai talk show che trattano dell'informazione sulla guerra e sull'opportunità di invitare ospiti filo-russi. L'Italia ha rispettato la decisione del Consiglio Europeo di vietare i canali russi RT e Sputnik. Questa decisione è stata presa dall'AGCOM, che ha invitato anche tutti i media italiani a fornire informazioni accurate sul conflitto. Da marzo 2022, anche il Copasir (un comitato il cui compito è quello di monitorare i servizi segreti) indaga sull'uso della disinformazione come arma di guerra.



### 3. Sintesi dei risultati

#### Italia: Aree a rischio del pluralismo dei media



JS chart by amCharts

**EUI** CENTRE FOR MEDIA PLURALISM AND MEDIA FREEDOM  
**MPM 2022**

Nell'area della **Protezione dei Diritti Fondamentali** l'Italia si colloca a un livello di rischio basso, al 32%. Le condizioni di base per la libertà e il pluralismo dei media sono rispettate. Due fattori hanno contribuito all'abbassamento del livello di rischio in quest'area: a) la legge penale sulla diffamazione, motivo di preoccupazione nelle precedenti edizioni di questo Monitor, è stata oggetto di due interventi da parte della Corte Costituzionale. Sebbene la riforma della legge sulla diffamazione sia ancora in sospeso, la possibilità di sentenze che prevedano la pena detentiva per i giornalisti è stata limitata dalla Corte; b) un miglioramento è stato registrato rispetto all'Indicatore Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet

I rischi che persistono in quest'area, più che al quadro legislativo, sono relativi alla sua efficacia. Nello specifico i rischi riguardano il crescente numero di attacchi e intimidazioni nei confronti dei giornalisti, l'assenza di meccanismi protettivi in caso di querele temerarie (SLAPPs), e il deterioramento delle condizioni lavorative. La Direttiva (UE) sui servizi di media audiovisivi (n. 2018/1808), il cui recepimento nella legge Italiana è avvenuto nel dicembre del 2021, prevede il rafforzamento dell'indipendenza dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM).

L'area del **Pluralismo di Mercato** presenta il rischio più elevato tra tutte le aree dell'MPM (63%, medio rischio). La trasparenza della proprietà dei media è affidata al Registro degli Operatori della Comunicazione (R.O.C.), gestito dall'AGCOM, ma le informazioni non sono sempre accessibili al pubblico. I maggiori rischi in quest'area derivano, come in passato, dall'alta concentrazione della proprietà, sia a livello orizzontale che crossmediale, in aumento a causa delle strategie difensive messe in atto dall'industria dei media per far fronte alle difficoltà economiche. Un alto livello di concentrazione caratterizza inoltre il mercato pubblicitario online, nelle mani di poche piattaforme. La riforma del framework anticoncentrazione nel settore, arrivata con il nuovo Testo Unico dei Servizi Audiovisivi (TUSMA), è troppo recente per avere un impatto sostanziale sui risultati della presente valutazione del MPM.

Gli indicatori sulla Sostenibilità economica dei media hanno registrato un miglioramento rispetto alla profonda crisi del 2020, ma la ripresa del settore risulta di gran lunga inferiore a quella dell'economia

complessiva, e al tempo stesso non ha cambiato il perdurare della situazione di declino nel settore dei giornali. L'elevata concentrazione del mercato, assieme alla presenza di interessi intrecciati tra le industrie dei media e altre attività, nonché la vulnerabilità economica, contribuiscono ad amplificare i rischi di influenza commerciale sull'indipendenza editoriale.

L'area dell'**Indipendenza Politica**, in Italia, registra un rischio medio (53%), in leggero aumento rispetto alla valutazione dello scorso anno. L'indicatore con il livello di rischio più elevato è quello relativo all'indipendenza del servizio pubblico, un rischio causato dalle procedure di nomina ai vertici aziendali e di quelle relative al sistema di finanziamento, che non tutelano il servizio pubblico dall'influenza politica. Gli altri fattori di rischio in quest'area sono la mancanza di una disciplina efficace per i conflitti di interesse; che provoca, assieme ad altri fattori, ad una inadeguata tutela dell'autonomia editoriale.

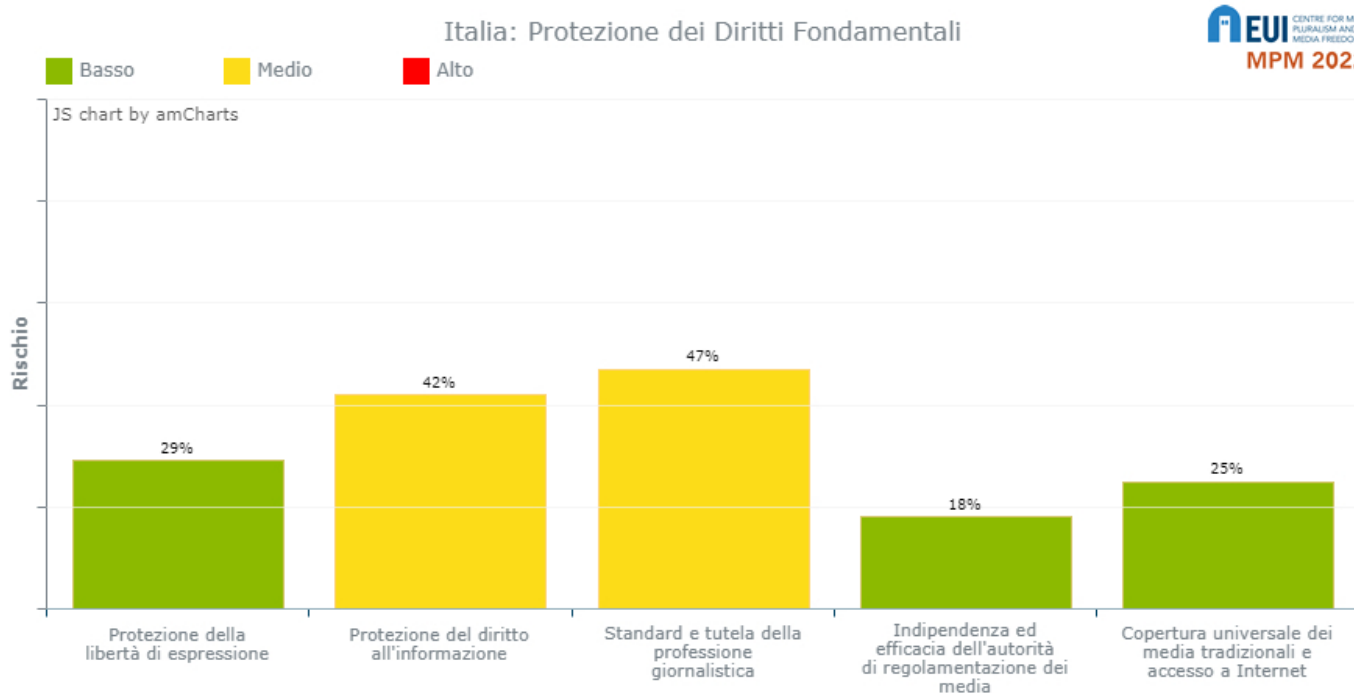
Le regole stabilite per l'equità dell'informazione nei periodi elettorali difficilmente possono essere considerate all'altezza dell'evoluzione dell'ambiente mediatico e, in particolare, calibrate per la gestione della comunicazione politica sulle piattaforme online. La normativa sulla distribuzione dei contributi pubblici (il cui importo è aumentato negli ultimi due anni) è applicata, ma sono emerse alcune perplessità in merito alla sua efficacia; infine, è importante notare che la disciplina della pubblicità statale sui mezzi di comunicazione non si applica alle società di proprietà dello Stato.

Nell'area dell'**Inclusione Sociale**, l'Italia presenta un rischio medio, del 55%. Quest'area evidenzia una diminuzione del rischio, da attribuire all'Indicatore sull'Accesso delle comunità locali/regionali e media civici, e all'indicatore dell'Accesso delle donne ai media (che resta comunque ad alto rischio). Le minoranze linguistiche legalmente riconosciute sono tutelate in relazione al loro accesso e presenza nei media, in particolare nel PSM, che hanno obblighi legali al riguardo.

Le minoranze non legalmente riconosciute - come migranti e rifugiati - non hanno un accesso ai media proporzionato alla loro presenza nella società, e la loro rappresentazione viene spesso distorta e stereotipata. Nonostante un lieve miglioramento, legato alle nuove nomine RAI, un livello di rischio preoccupantemente alto deriva dall'indicatore sull'Accesso delle donne ai media. Alfabetizzazione mediatica e Protezione dai contenuti illegali e dannosi, ancora una volta, si collocano al livello più alto della fascia di rischio medio, in uno scenario caratterizzato da disinformazione, conflittualità e polarizzazione in relazione ai temi legati al COVID-19.

### 3.1. Protezione dei Diritti Fondamentali (32% - Rischio basso)

Gli indicatori dell'area della Protezione dei Diritti Fondamentali rappresentano la spina dorsale del diritto dell'informazione in ogni democrazia contemporanea. Misurano una serie di potenziali aree di rischio: l'esistenza e l'efficacia delle regole e garanzie poste a tutela della libertà di espressione e del diritto all'informazione; lo status dei giornalisti in ogni Paese, compresa la loro protezione e le loro condizioni lavorative; l'indipendenza e l'efficacia delle autorità nazionali competenti a regolamentare il settore dei media; e la copertura dei media tradizionali e l'accesso a Internet.



Nell'area della **Protezione dei Diritti Fondamentali**, l'Italia registra un rischio basso, per il 2021. Il miglioramento rispetto alla valutazione dello scorso anno dipende soprattutto dal punteggio dell'Indicatore relativo alla Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet.

Nel complesso, le leggi nazionali sono rispettose degli standard internazionali sui diritti umani, con un recente miglioramento legato agli sviluppi giudiziari in materia di diffamazione. Lo stato di emergenza relativo al COVID-19, dichiarato il 31 gennaio 2020, è terminato il 1 aprile 2022 e non ha arrecato pregiudizio allo stato di diritto nel Paese. Tuttavia, in quest'area permangono dei rischi, e questi sono relativi a questioni di lunga data - come la mancanza di efficacia di alcune tutele e il ritardo nell'attuazione delle norme sul diritto di accesso alle informazioni - e ai crescenti pericoli nell'ambito della protezione e delle condizioni lavorative dei giornalisti, con un preoccupante aumento del numero di aggressioni fisiche e di SLAPP. La vulnerabilità economica dei giornalisti, e in particolare dei liberi professionisti, ha contribuito all'aumento del rischio.

Il basso rischio registrato per l'indicatore **Protezione della libertà di espressione (29%)** riflette la presenza di garanzie fondamentali, nel rispetto dell'Articolo 21 della Costituzione, ("Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione"). Secondo un'interpretazione consolidata, la libertà dei media è sancita dall'Articolo 21 (Zaccaria et al. 2021: 12). I limiti alla libertà di espressione sono prescritti dalla legge e proporzionati allo scopo perseguito e i cittadini

dispongono di mezzi legali di ricorso in caso di violazione; tuttavia, questi rimedi non sono sempre efficaci, a causa della lentezza della magistratura.<sup>[5]</sup>

Nella sfera digitale, si applicano le stesse leggi e le stesse garanzie, a fronte di maggiori difficoltà riguardo alla trasparenza e all'efficacia delle misure. (cfr. capitolo 4). Dal 2020 questo indicatore mostra una riduzione del livello di rischio, soprattutto grazie agli sviluppi positivi sulla questione della diffamazione. In passato l'Italia è stata più volte condannata, dalla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, per le disposizioni della legge sulla stampa (n. 47/1948, art. 13) e del Codice Penale (art. 595, comma 3), che prevedono la pena del carcere per la diffamazione a mezzo stampa. Nel 2020 la Corte Costituzionale si è pronunciata sulla questione, dichiarando che tali disposizioni non sono conformi alla Costituzione, e invitando il Parlamento ad approvare entro un anno una riforma della disciplina della diffamazione (Corte Costituzionale, ordinanza n. 132/2020). Essendo tale termine scaduto senza alcun intervento da parte del parlamento, nel giugno 2021 la Corte Costituzionale ha emesso una seconda decisione, dichiarando l'art. 13 della legge sulla stampa non conforme alla Costituzione, e l'art. 595, comma 3 del Codice Penale conforme alla Costituzione purché la pena detentiva sia comminata solo nei casi di "severità eccezionale" (Corte Costituzionale, sentenza n. 150/2021).

Si può affermare che, dopo questa sentenza interpretativa, la pena detentiva per diffamazione è stata praticamente abolita in Italia, salvo casi di eccezionale gravità. Ma va aggiunto che la diffamazione secondo la legge italiana è ancora un reato, punibile con una multa; e che la combinazione di cause penali e civili per diffamazione può essere utilizzata con un effetto intimidatorio sull'attività giornalistica (si veda in seguito). In questo contesto, una riforma complessiva della legge sulla diffamazione è tuttora richiesta e auspicata dalla società civile (Article 19, 2021).

L'indicatore relativo alla **Protezione del diritto all'informazione** registra un rischio medio, al 42%. Nell'ambito della pubblica amministrazione, l'accesso civico ai dati e ai documenti rilevanti per interessi pubblici e privati è disciplinato dal decreto legislativo 97/2016, che ha introdotto in Italia una "Legge sulla Libertà di Informazione" (FOIA). Le restrizioni all'accesso sono definite dal suddetto decreto e le pubbliche amministrazioni dovrebbero fornire giustificazioni in caso di negazione dell'accesso. L'attuazione della FOIA viene monitorata e oggetto di un rapporto annuale.<sup>[6]</sup> La sospensione temporanea dell'accesso, disposta nel periodo marzo-aprile 2020 durante l'emergenza COVID-19, non è stata prorogata nel 2021. Aspetti critici emergono riguardo all'attuazione della legge (come già evidenziato nelle precedenti edizioni del MPM) poiché le procedure sono a volte complicate e le ragioni del diniego all'accesso non sono sempre rese note, come rilevato da osservatori indipendenti.<sup>[7]</sup>

Nel 2021 il D.Lgs. 188/2021, recependo la Direttiva (UE) 2016/343 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul rafforzamento di alcuni aspetti della presunzione di innocenza e del diritto di presenziare al processo nei procedimenti penali, ha disciplinato l'accesso all'informazione giudiziaria da parte dei giornalisti. L'interpretazione restrittiva data al decreto da alcune procure ha sollevato preoccupazioni, in quanto può avere l'effetto di negare l'accesso dei giornalisti a informazioni di pubblico interesse (Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa, 2022).<sup>[8]</sup>

La tutela dei whistleblower (legge 179/2017), essendo limitata al settore pubblico e alle società private che lavorano per la pubblica amministrazione, non è conforme alla Direttiva (UE) 2019/1937 del Parlamento Europeo e del Consiglio riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione. Sebbene il termine per il recepimento sia scaduto il 17 dicembre 2021, l'Italia non ha ancora recepito la direttiva al momento della stesura della presente relazione. Il ritardo è stato denunciato dal presidente dell'ANAC (l'Autorità Nazionale Anticorruzione, che vigila sull'attuazione della legge).<sup>[9]</sup> Dal 2019 al 2021 il numero delle richieste di protezione è diminuito.

Va segnalato in quest'area il preoccupante aumento del rischio per l'indicatore **Standard e tutele della**

**professione giornalistica** (dal 42% del 2020 al 47% del 2021), dovuto all'aumento di attacchi e minacce, al peggioramento delle condizioni economiche dei giornalisti e al ricorso di azioni civili a scopo intimidatorio (querele temerarie, o SLAPPs). Nel 2021, 24 giornalisti erano sotto scorta per aver ricevuto minacce credibili alla loro incolumità fisica. Secondo i dati ufficiali del *Centro di coordinamento dell'attività di monitoraggio, analisi e scambio permanente di informazioni sul fenomeno degli atti intimidatori nei confronti dei giornalisti*, istituito nel 2017 presso il ministero dell'interno per monitorare l'incolumità dei giornalisti, nel 2021 si sono verificati 232 casi di minaccia e intimidazione (più 42%, rispetto allo stesso periodo del 2020). Tra questi, resta rilevante la minaccia della criminalità organizzata (11% dei casi), mentre un fenomeno in crescita sono le minacce in contesti socio-politici (113 casi), che, nel 2021, si sono spesso verificate nei confronti di giornalisti che si occupavano dell'emergenza COVID- 19; ad esempio, nel corso di manifestazioni contro le vaccinazioni e di raduni politici dei movimenti di estrema destra. Le minacce online ammontano al 44% del totale.<sup>[10]</sup> I dati ufficiali potrebbero essere sottostimati, secondo l'associazione Ossigeno per l'informazione, che nel 2021 ha verificato 384 casi.<sup>[11]</sup>

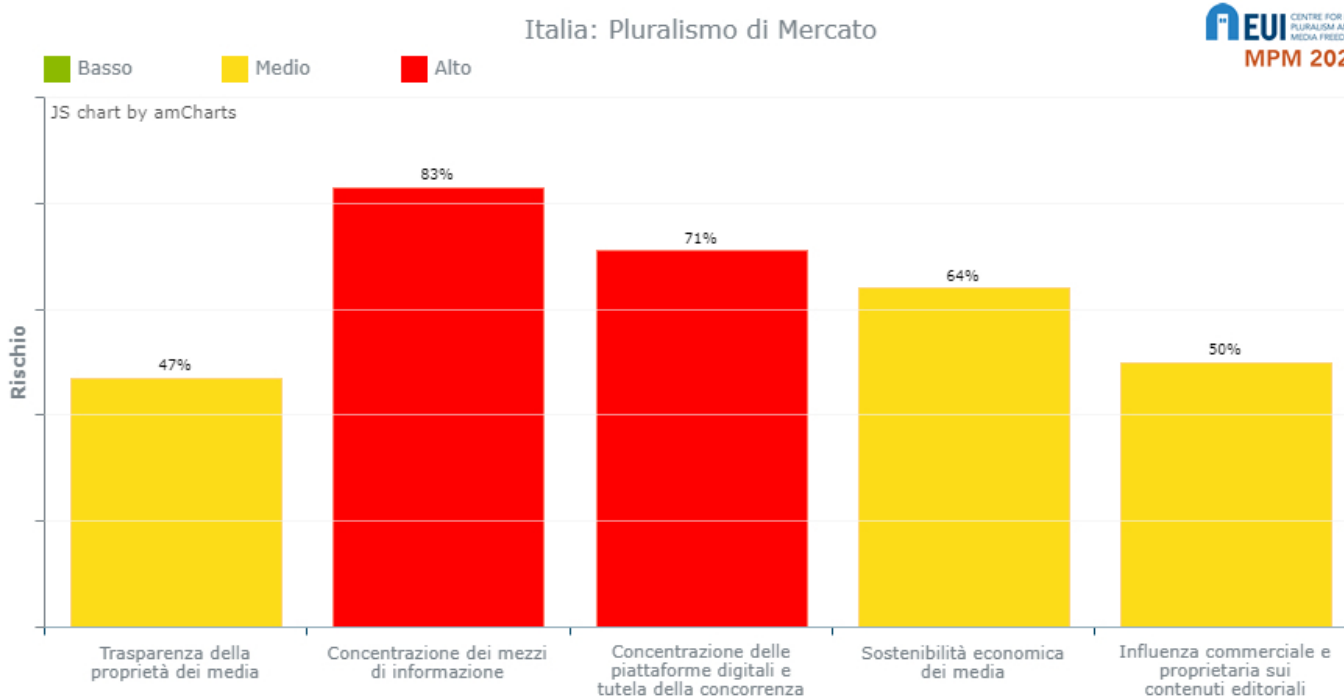
Per quanto riguarda le condizioni di lavoro, la lunga crisi economica del settore ha determinato negli ultimi anni una forte contrazione dell'occupazione giornalistica che, nel 2021, ha portato al fallimento virtuale dell'INPGI, l'istituto che gestisce le pensioni dei giornalisti (si veda l'indicatore sulla Sostenibilità economica dei media). Le redazioni si affidano sempre più al contributo dei freelance, che ricevono remunerazioni più basse e raramente sono inclusi in programmi di protezione sociale. I liberi professionisti, così come i giornalisti con contratto e status giuridico diversi, non solo sono meno protetti dai rischi economici, ma sono anche più esposti a minacce e attacchi, e devono difendersi nei casi di azioni legali avviate a fini intimidatori. Nonostante del tema si parli da anni, il disegno di legge per l'introduzione di una norma contro le querele temerarie è ancora fermo in parlamento.<sup>[12]</sup> Inoltre, interpretazioni restrittive della norma del Codice di procedura penale in materia di "segreto professionale" possono escludere da tale tutela freelance e giornalisti considerati "non professionisti" (in quanto non iscritti all'Ordine dei giornalisti) (Verza 2017).

L'indicatore sulla **Indipendenza ed efficacia dell'autorità di regolamentazione dei media** registra un rischio del 18%. La valutazione a basso rischio riflette il fatto che le procedure di nomina e le regole sull'indipendenza di bilancio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) sono volte a ridurre al minimo il rischio di ingerenze politiche o economiche (Legge 249/1997). La nomina del Presidente e dei quattro membri del Consiglio avviene attraverso un meccanismo che coinvolge il governo e il parlamento. Come è stato notato in passato, questo meccanismo garantisce che l'Autorità non dipenda da una maggioranza parlamentare e non sia allineata al ciclo elettorale; tuttavia, lo stesso meccanismo non è immune da alcuni dei rischi di contrattazione politica, anche considerato il fatto che non obbliga il decisore politico ad adottare un metodo di selezione pienamente trasparente, basato sui curricula e sulle competenze dei candidati (Minervini e Piacentino, 2021; Schultz, Valcke e Irion, 2013). L'AGCOM ha poteri sanzionatori e sono in atto meccanismi di ricorso. Quanto all'efficacia, in passato, l'intervento dell'Autorità dei media non è stato sempre stato incisivo, in particolare nell'ambito del mercato audiovisivo (Zaccaria et al., 2021, p. 51). Nel 2021 l'Italia ha recepito la Direttiva (EU) 2018/1808, che tra le altre cose prevede l'obbligo per gli Stati membri di rafforzare l'indipendenza dell'Autorità dei media. L'Art. 18 del Decreto Legislativo n. 208/2021 disciplina le rafforzate competenze dell'AGCOM, confermando le procedure preesistenti per la nomina dei suoi componenti.

L'indicatore **Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet** presenta un rischio basso per il 2021, al 25%. L'accessibilità alle reti di trasmissione tradizionali, come in passato, è garantita; mentre il miglioramento di questo indicatore riflette principalmente i passi avanti compiuti in materia di accesso a Internet (si veda il capitolo 4).

### 3.2. Pluralismo di Mercato (63% - Rischio medio)

L'area del Pluralismo di Mercato valuta i rischi economici per il pluralismo che derivano da mancanza di trasparenza sulla proprietà dei mezzi di informazione, dalla concentrazione del mercato, dalle condizioni finanziarie ed economiche dell'industria dei media e dall'influenza di interessi commerciali sui contenuti giornalistici. Il primo indicatore prende in esame l'esistenza e l'efficacia di regole sulla trasparenza della proprietà dei media. I rischi derivanti da posizioni di potere sui mercati vengono valutati separatamente per i mezzi di informazione in senso stretto (coloro che producono l'informazione) e per le piattaforme online (porte di accesso all'informazione), considerando la concentrazione di ogni singolo settore, la concentrazione attraverso i diversi settori, e quella del mercato pubblicitario online; viene valutata inoltre l'efficacia della politica pro-concorrenziale. L'indicatore sulla sostenibilità economica dei media misura l'andamento delle entrate e dell'occupazione, in relazione alle variazioni del PIL. L'ultimo indicatore mira a valutare i rischi derivanti dall'influenza degli interessi economici (della proprietà o commerciali) sul contenuto editoriale.



Nell'area del **Pluralismo di Mercato** l'Italia è a rischio medio, appena al di sotto della soglia del rischio alto. Tra le quattro aree del Monitor, questa è l'area con il più alto livello di rischio. Difatti, la concentrazione del mercato dei media tradizionali - in Italia storicamente elevata, in particolare nel settore audiovisivo - non è stata ridimensionata con lo sviluppo digitale, e questo a causa del ruolo dominante delle piattaforme digitali nell'intermediazione dell'accesso alle notizie e sul mercato pubblicitario online. Negli anni più recenti, il peggioramento delle condizioni del mercato ha messo a rischio in misura crescente la sostenibilità economica dei media e l'occupazione giornalistica, soprattutto nel settore della stampa. La vulnerabilità economica, a sua volta, ha amplificato i rischi di influenze commerciali sui contenuti editoriali. Le informazioni sulla proprietà formale ed effettiva dei mezzi di informazione sono a disposizione della autorità di regolamentazione (AGCOM), ma non sono facilmente accessibili dal pubblico.

L'indicatore sulla **Trasparenza della proprietà dei media** è a rischio medio (47%). La trasparenza della proprietà dei mezzi di informazione è iscritta tra i principi fondamentali della Costituzione (Art. 21, comma 5: "La legge può stabilire, con norme di carattere generale, che siano resi noti i mezzi di finanziamento della

stampa periodica”), ed è regolata dalla legge (articolo 29 decreto legislativo n. 208/2021, TUSMA; art. 5 legge n. 47/1948). Dal 1997, le informazioni sulla struttura proprietaria delle società del settore sono raccolte nel Registro unico degli operatori di comunicazione (ROC), tenuto da AGCOM (art. 1, co. 6, legge 249/1997; delibera n. 666/08/CONS). Sono obbligati ad iscriversi al Registro i produttori di media (audiovisivo, radio, editoria stampata ed elettronica), le concessionarie di pubblicità, i motori di ricerca e i servizi di intermediazione online, oltre agli altri soggetti attivi nel sistema delle comunicazioni (v. Cap. 4).

Per iscriversi al ROC, gli operatori devono fornire e aggiornare informazioni sui propri azionisti, con le rispettive quote e diritti di voto; gli obblighi si estendono alle società e soggetti controllanti e alle fiduciarie (con indicazione dei nominativi dei fiducianti). Questo indicatore risulta a rischio medio a causa dei limiti dell'accesso pubblico alle informazioni in possesso dell'autorità di regolazione: di fatto, le informazioni facilmente accessibili sul sito dell'AGCOM si limitano a nome, denominazione sociale, indirizzo della sede, campo di attività e numero ROC. Inoltre, va segnalato che gli editori che ricevono sussidi pubblici sono obbligati a fornire informazioni ancora più dettagliate e da pubblicare annualmente, ma i relativi rapporti disponibili sul sito dell'AGCOM non sono aggiornati dal 2013. (Brevini e Fanucci, 2013; Ranaivoson e al., in via di pubblicazione, pp. 359-365).

Il livello di rischio per la **Concentrazione dei mezzi di informazione** è alto (83%), e nessun settore dei media fa eccezione. Riguardo a questo indicatore, le principali evoluzioni da notare sono relative a una redistribuzione delle quote di mercato tra i principali operatori (con la crescente presenza dei servizi delle piattaforme in streaming, che insieme alle pay-tv sfidano il vecchio duopolio pubblico/privato), e alla evoluzione del quadro regolatorio, con l'entrata in vigore del nuovo TUSMA che, tra le altre cose, ha riformato la disciplina dei limiti alle concentrazioni nei media.

Nel settore audiovisivo, i primi quattro operatori hanno una quota superiore all'80% delle entrate e dell'audience. In termini di quote di mercato, Comcast/Sky è il primo operatore (34,4%), seguito da Rai (29,3%), Mediaset-MFE (29,3%) e l'aggregato delle piattaforme online (AGCOM 2021a, dati relativi al 2020). Rispetto all'anno precedente, si evidenzia una lieve riduzione delle quote di Comcast/Sky e Mediaset-MFE, e un incremento per le piattaforme online. In quest'ultimo aggregato, Netflix ha la parte del leone, e si stima che sia ormai il quarto operatore dell'audiovisivo in Italia (Mediobanca 2022). La situazione cambia se si considera invece la concentrazione dell'audience, che vede la Rai come primo operatore (35,2% nel giorno medio), seguita da Mediaset-MFE (32,1%), Discovery (7,7%) e Comcast-Sky, che è al quarto posto con il 6,5% di audience (AGCOM 2021a). I dati più recenti (AGCOM 2022a) mostrano un leggero aumento di audience per la Rai e una riduzione per gli altri operatori.

Rai e Mediaset-MFE sono anche i principali attori nel settore radiofonico (nel quale hanno, rispettivamente, il 25% e il 14,2% del mercato), seguiti da Gedi (9,4%) e RTL (8,8%); dal 2018, diverse operazioni di fusione e acquisizioni hanno portato a un incremento dell'indice di concentrazione nel settore radiofonico. La stessa tendenza è visibile nel settore dei giornali, nel quale il primo editore è, in termini di entrate, la stessa Gedi (25,1%), seguita da Cairo/Rcs (21,4%), Monrif (8,6%) e Caltagirone ed. (6,8%). La stessa classifica, con numeri solo leggermente differenti, si presenta se si guarda alla diffusione, in uno scenario complessivo di riduzione delle vendite per tutti i principali gruppi. Le estensioni digitali dei media tradizionali dominano anche l'audience online, nonostante lo sviluppo di alcuni media nativi digitali (v. Capitolo 4). Gli stessi gruppi sono spesso attivi in diversi settori dei media, e di conseguenza anche la concentrazione incrociata è molto alta. Le conglomerate dei media, nella maggior parte dei casi, sono anche presenti nel vicino settore della pubblicità e in altri settori economici, che vanno dall'industria automobilistica a finanza, energia, immobiliare, sanità, infrastrutture.

L'elevata concentrazione ha storicamente caratterizzato l'industria dei media in Italia; in tempi recenti, questa tendenza è stata accentuata dal peggioramento del quadro economico del settore. E non è stata efficacemente contrastata dalle regole predisposte a salvaguardia del pluralismo dei media per limitare le concentrazioni nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) e nei suoi mercati, sia a causa

dell'ampiezza dello stesso SIC (in relazione al quale, i limiti anti-concentrazione sono risultati molto alti), che nei ritardi nella individuazione dei suoi mercati (in particolare, nell'audiovisivo). Tali ritardi sono stati a loro volta giustificati sulla base della necessità di prendere in considerazione l'evoluzione tecnologica (Commissione di Venezia, 2004, par. 98; Cappello 2020, pp. 73-80; Zaccaria e alt., 2021, p. 424; Carlini e Brogi, 2021). L'AGCOM non ha mai ravvisato alcuna violazione dei limiti alle concentrazioni fino al 2017, quando ha sanzionato la società francese Vivendi.<sup>[13]</sup> Tale decisione è stata presa nell'ambito del caso Mediaset vs. Vivendi, che ha poi originato l'intervento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, la quale nel settembre 2020 ha dichiarato che l'articolo 49 del TFUE deve essere interpretato come ostativo ad alcune delle prescrizioni che erano poste dalla legge italiana per la concentrazione incrociata nella proprietà dei media (causa C-719/18, ). La Corte di Giustizia ha analizzato la questione dal punto di vista del bilanciamento tra le normative nazionali, introdotte allo scopo di proteggere il pluralismo dell'informazione, e il principio della libertà di stabilimento nel mercato interno dell'Unione Europea, stabilendo che la tutela del pluralismo può giustificare una restrizione del diritto di stabilimento, ma nel rispetto del principio di proporzionalità; di conseguenza, limiti nazionali possono essere imposti ma deve essere dimostrabile la loro efficacia nel perseguire l'obiettivo del pluralismo (in altre parole, il solo superamento delle soglie del SIC non è di per sé indicativo di un rischio per il pluralismo) (Apa 2021)..

In seguito a questa sentenza, il legislatore italiano ha prima fatto ricorso a norme transitorie, e infine riformato la normativa sulla concentrazione nei media con l'articolo 51 del nuovo TUSMA (decreto legislativo n. 208/2021). Il primo comma dell'art. 51 recita: "Nel sistema integrato delle comunicazioni e nei mercati che lo compongono è vietata la costituzione di posizioni di significativo potere di mercato lesive del pluralismo, nel mercato e nei servizi di informazione". Per valutare quando tale situazione viene a determinarsi, la nuova normativa continua a prevedere soglie numeriche relative ai ricavi (in relazione al SIC e ai mercati che lo compongono), ai fini degli obblighi di notifica delle intese e delle operazioni di concentrazione; tali soglie sono considerate "indici sintomatici di una posizione di significativo potere di mercato potenzialmente lesiva del pluralismo", il cui superamento deve essere valutato caso per caso dall'AGCOM, sulla base di criteri stabiliti nello stesso art. 51 e di linee guida che la stessa Autorità dovrà emanare ogni tre anni.<sup>[14]</sup> Inoltre, la nuova normativa ha richiesto anche che l'AGCOM, oltre ad emettere le linee guida, debba procedere alla valutazione del SIC e dei mercati che lo compongono seguendo i nuovi criteri. (Tale processo era ancora in corso al momento in cui questo rapporto è stato scritto). È da notare il fatto che l'autorità antitrust - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) - ha sollevato alcuni rilievi critici, affermando che nel nuovo sistema può determinarsi una sovrapposizione disfunzionale delle competenze delle due Autorità, in particolare quando strumenti analitici tipici dell'analisi antitrust vengono usati con lo scopo di perseguire un obiettivo diverso, quale è la tutela del pluralismo; e questo, senza coinvolgere l'autorità per la concorrenza in nessuna fase del processo.<sup>[15]</sup> Nella letteratura accademica, sono stati avanzati rilievi critici circa la possibilità che il nuovo TUSMA sia andato oltre l'ambito definito dalla sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea, e sul fatto che i criteri fissati per definire le posizioni lesive del pluralismo siano ancora riferiti ai ricavi di mercato, piuttosto che alle quote di audience (Grandinetti 2022; Giomi 2022).<sup>[16]</sup>

Uno dei mercati che compongono il SIC per il quale è in corso il processo di valutazione è quello della pubblicità online, la cui concentrazione contribuisce al livello di rischio alto nell'indicatore sulla **Concentrazione delle piattaforme digitali e tutela della concorrenza** (tale indicatore è analizzato nel Capitolo 4).

L'indicatore sulla **Sostenibilità economica dei media** è a rischio medio (64%). Sebbene si evidenzia una riduzione nel livello di rischio, rispetto allo scorso anno (quando era a rischio alto, con il 77%), va notato che il settore dei media ha beneficiato in misura limitata della ripresa economica che ha caratterizzato il 2021 - anno nel quale il PIL è cresciuto del 6,6%). Il mercato pubblicitario ha mostrato una risalita dopo la crisi del 2020: secondo le stime Nielsen, con un incremento complessivo del 13,5%, che scende al 12,8% se si



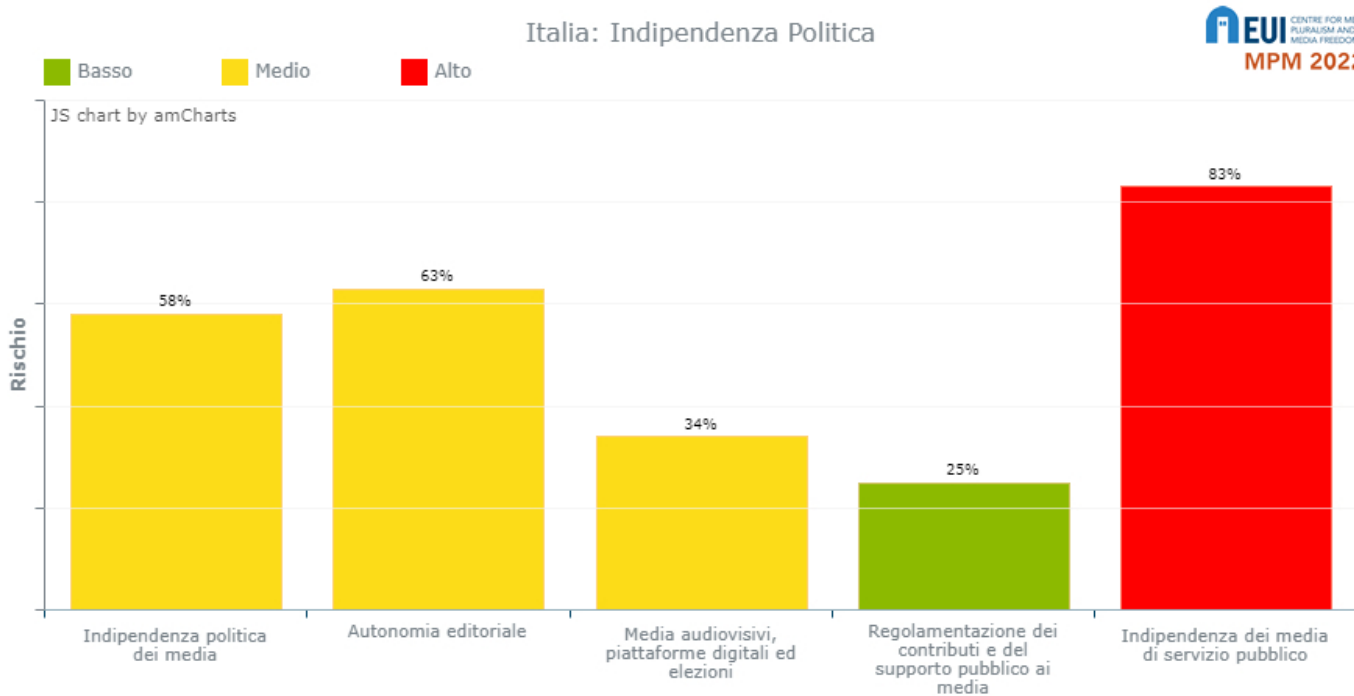
considera solo il “perimetro tradizionale”, che include tutte le entrate pubblicitarie dei media, sia tradizionali che digitali, ed esclude le piattaforme (OTT, Over the Top). Tuttavia, emergono tendenze diverse per la pubblicità sui media e quella sugli OTT, con il primo gruppo ancora al di sotto del livello di entrate pubblicitarie del 2019. per quanto riguarda le altre fonti di entrate, i dati preliminari indicano una crescita per i servizi a pagamento nel mercato dell'audiovisivo, trainata dal comparto dello streaming a danno della televisione tradizionale e della pay-tv; e una crisi perdurante dei giornali, le cui vendite si sono ridotte in volume nel 6,9% (AGCOM 2022a). Quasi tutte le principali testate tradizionali stanno adottando sistemi di paywall sulle loro estensioni online, ma le entrate dal digitale (sia dalle vendite che dalla pubblicità) non compensano le perdite dal cartaceo. Ne risulta che - secondo le stime di PwC-WAN-IFRA - nel 2021, a dispetto della generale ripresa economica, le entrate da diffusione e da pubblicità dei giornali in Italia sono diminuite dello 0,6%. Nel settore dei media nativi digitali, si registrano invece alcuni segnali di resilienza (si veda il Cap. 4). Gli eventi straordinari dell'ultimo biennio seguono un preesistente trend di declino del settore editoriale. In un decennio, le entrate di giornali e settimanali si sono più che dimezzate (meno 52,2%, AGCOM 2022b). Essendo quello della stampa il settore che in passato ha maggiormente contribuito alla creazione di contenuti giornalistici originali, la sua crisi ha portato con sé un parallelo declino nell'occupazione dei giornalisti. Secondo uno studio dell'ente pensionistico dei giornalisti, dal 2019 al 2019 il settore ha perso 2.509 posti di lavoro alle dipendenze, con una riduzione del 14% (INPGI 2020); la relazione al bilancio consuntivo del 2021 indica una ulteriore riduzione di 1.877 posti di lavoro nel biennio successivo. Ne deriva un calo dell'occupazione giornalistica alle dipendenze di circa il 25% negli ultimi dieci anni. Nello stesso periodo, sono aumentati i contributi da parte di freelance e giornalisti con contratti non-standard; le loro condizioni e remunerazioni sono sensibilmente al di sotto di quelle dei giornalisti dipendenti, e non sono protetti da programmi previdenziali e assistenziali (oppure lo sono solo in misura ridotta) <sup>[17]</sup>. Il disegno di legge sull'equo compenso nel settore è ancora fermo in parlamento. Il declino dell'occupazione dipendente e il basso livello economico dei contributi dei liberi professionisti sono tra le cause dello squilibrio finanziario dell'INPGI, che nel 2021 è stato salvato dalla bancarotta dall'intervento pubblico <sup>[18]</sup>. L'impatto della crisi economica del settore sulle condizioni professionali dei giornalisti è stato anche oggetto di una consultazione pubblica dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM 2021c). Gli aiuti pubblici per il settore dei media sono aumentati dopo l'emergenza COVID-19; nel 2021 ammontavano a 386,5 milioni di euro, in crescita dai 175,6 del 2019, secondo quanto riporta uno studio governativo. (Dipartimento per l'informazione e l'editoria, 2021). <sup>[19]</sup> In una prospettiva comparata, lo stesso studio mostra che il supporto pubblico per i media in Italia è inferiore a quello di quasi tutti gli altri Paesi analizzati (Austria, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Norvegia, Regno Unito e Svezia). Il sistema degli aiuti diretti ai media è regolato dalla legge n. 198/2016, che ha introdotto un Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione; a dispetto del suo nome, il Fondo non ha specificamente destinato i contributi pubblici allo sviluppo di strumenti, prodotti e processi innovativi nell'industria dei media. Inoltre, la distribuzione dei fondi solleva diverse criticità in termini di coerenza del sistema, trasparenza ed equità (si veda su questo la trattazione del relativo indicatore nell'area della Indipendenza Politica).

Le caratteristiche del mercato italiano dei media si riflettono nei rischi di **Influenza commerciale e proprietaria sui contenuti editoriali** (50%, rischio medio), che dipendono soprattutto dalla vulnerabilità economica delle aziende editoriali e dei giornalisti. La legge italiana non ha norme specifiche che tutelino i direttori e i giornalisti nel caso di cambiamento della proprietà e/o della linea editoriale; i codici professionali e il contratto nazionale dei giornalisti prevedono delle forme di tutela, come la cosiddetta “clausola di coscienza”, ma la loro efficacia è andata declinando nel tempo; inoltre, tali tutele non coprono chi non lavora con un inquadramento e un contratto formalizzati. L'incompatibilità tra la professione giornalistica e attività nel campo pubblicitario è sancita sia dalla legge che dai codici professionali. <sup>[20]</sup> Tuttavia, le regole che richiedono una chiara separazione tra i contenuti editoriali e i messaggi commerciali pagati sono spesso bypassate, sia nei media tradizionali che in quelli digitali. I primi spesso usano formati speciali per

pubblicare contenuto sponsorizzato, senza una chiara indicazione per i lettori del fatto che si tratta di messaggi pagati da inserzionisti; nei media digitali, gli utenti sono spesso fuorviati, non essendo il contenuto sponsorizzato distinguibile dagli altri. Tale situazione è aggravata dalla sovrapposizione degli interessi delle imprese editoriali con altri interessi, relativi ad altri settori economici nei quali gli stessi editori operano: questa caratteristica può esporre le redazioni a crescenti pressioni da parte della proprietà. <sup>[21]</sup>

### 3.3. Indipendenza Politica (53% - Rischio medio)

*Gli indicatori nell'area della Indipendenza Politica valutano l'esistenza e l'efficacia delle misure regolamentari e di autoregolazione contro l'influenza della politica sui media e contro eccessi di partigianeria politica, sia in fase di produzione che di distribuzione e accesso all'informazione. Più specificamente, questa area intende valutare l'influenza dello Stato e, più in generale, del potere politico sul funzionamento del mercato dei media e l'indipendenza del servizio pubblico. Inoltre, l'area si occupa dell'esistenza ed efficacia di misure di (auto)regolazione nell'assicurare l'indipendenza editoriale e l'esistenza di una informazione politica plurale, in particolare durante i periodi elettorali.*



Nell'area dell'**Indipendenza Politica**, l'Italia presenta nel 2021 un rischio medio (53%), con un aumento di quattro punti percentuali rispetto all'anno precedente. L'indicatore relativo all'**Indipendenza dei media di servizio pubblico**) si conferma come quello a maggior rischio (83%), evidenziando la necessità di una riforma radicale del sistema che governa la Rai. Inoltre, influiscono negativamente sulla valutazione complessiva dell'area l'inefficacia della disciplina sul conflitto di interessi, alcune criticità sulla distribuzione dei contributi pubblici e un aumento dei rischi legati alla trasparenza ed equa distribuzione della spesa in pubblicità di pubbliche amministrazioni e società pubbliche. <sup>[22]</sup>

Rispetto alla valutazione MPM2021, l'indicatore **Indipendenza politica dei media** ha registrato un aumento del livello di rischio di otto punti percentuali (58%). L'esame dei disegni di legge di modifica della disciplina in materia di conflitto di interessi (Legge Frattini, n. 215/2004) è ancora in corso presso la Commissione della Camera dei Deputati. <sup>[23]</sup> Dunque, il sistema è ancora regolato da una legge sanzionata come insufficiente dal 2005 dalla Commissione di Venezia (Commissione di Venezia, 2005), che condiziona il sistema audiovisivo e incide negativamente sull'indipendenza dei media, sia a livello nazionale che locale;

nel 2021, con la formazione del governo Draghi, è tornato in primo piano il ruolo politico di Silvio Berlusconi al cui partito, Forza Italia, appartengono tre ministri. Sempre nel 2021, la holding della famiglia Berlusconi, Fininvest, ha trasferito le proprie attività nel settore dei media nei Paesi Bassi, dando vita al gruppo Mediaset-MFE, che controlla quella che è tuttora la principale emittente televisiva privata in Italia.<sup>[24]</sup>

Mentre il panorama dei principali mezzi di informazione nativi digitali non mostra evidenze di controllo politico diretto o indiretto, quello della stampa continua ad essere caratterizzato da evidenti casi di influenza in alcune testate a media tiratura: il Giornale, proprietà di Paolo Berlusconi (fratello di Silvio Berlusconi) e Libero, proprietà del gruppo Angelucci, a sua volta facente capo ad Antonio Angelucci, membro di Forza Italia.<sup>[25]</sup> L'assenza di un quadro regolatorio efficace incide inoltre sul sub-indicatore relativo all'indipendenza delle agenzie di stampa, in quanto la società energetica ENI, controllata dallo Stato, controlla a sua volta l'agenzia di stampa Agenzia Giornalistica Italia (AGI). Infine, l'interferenza della politica nel servizio pubblico continua a destare profonda preoccupazione, come dimostrato dalle procedure di nomina dei vertici RAI occorse nel 2021, nonché dal funzionamento del sistema di finanziamento della concessionaria di pubblico servizio (v. infra).

Rimane invece invariata la valutazione del rischio per l'indicatore **Autonomia Editoriale** (63%). Nel contesto italiano, il direttore ha una tipologia di poteri dalla quale “emerge il profondo legame che lega questa figura all'editore, pur nella reciproca autonomia”, e tale legame incide “nell'andamento politico e professionale della testata giornalistica” (Zaccaria et al., 2021, p. 403); per questo è preoccupante la precarietà delle tutele normative volte a impedire l'influenza politica sulle nomine e le dimissioni dei direttori.

Per quanto riguarda il servizio pubblico, l'interferenza risulta di fatto sistematica, come dimostrato dal processo di nomine occorse nel 2021 (USIGrai, 2021). Anche se nel 2021 sono state sanzioni più pesanti nel Testo unico dei doveri del giornalista<sup>[26]</sup>, è possibile affermare che, in via generale, gli strumenti deontologici di autoregolamentazione volti ad assicurare l'indipendenza editoriale sono rispettati e attuati in modo solo parziale; frequenti sono infatti i casi in cui la violazione degli standard etici per partigianeria politica da parte dei giornalisti (soprattutto in televisione) non viene sanzionata, come riportato nella valutazione MPM2021.<sup>[27]</sup> Infine, il salvataggio statale dell'Inpgi, sebbene motivato dalle difficoltà finanziarie dell'Istituto, ha sollevato preoccupazioni in merito alla dipendenza dell'industria dei media da scelte politiche discrezionali (per maggiori dettagli, si rimanda al capitolo 3.2).

L'indicatore **Media audiovisivi, piattaforme online ed elezioni** ha ottenuto un punteggio del 34%, rimanendo invariato rispetto all'anno precedente. In merito alla corretta e proporzionata rappresentazione dei diversi gruppi e orientamenti politici nei media, l'AGCOM ha emanato la delibera n. 92/21/CONS, indicando i criteri e le modalità per il rispetto del pluralismo, sottolineando la necessità di garantire una adeguata rappresentanza dell'opposizione in un momento storico in cui il governo è appoggiato da una maggioranza molto vasta in parlamento, e alla luce delle tornate delle elezioni amministrative svoltesi nello scorso anno.

Per quanto riguarda il servizio pubblico, è stata rilevata nel periodo elettorale un'eccessiva presenza dei partiti di maggioranza, e una sottorappresentanza delle minoranze politiche (Si noti che, in periodo non elettorale, la sovrarappresentazione governativa potrebbe essere stata dovuta all'emergenza pandemica).<sup>[28]</sup> Per quanto riguarda i canali privati, la tendenza a partigianeria politica e squilibri nel trattamento sulle presenze tv di partiti e candidati è stata evidenziata in misura anche più preoccupante.

Riguardo la pubblicità politica, le tutele normative volte ad impedire agli attori finanziariamente più forti di ottenere una grande quantità di tempo di trasmissione sono definite nella Legge sulla par condicio (n. 28/2000), rispetto alla quale potere di vigilanza è affidato all'AGCOM, in seguito a un reclamo, o d'ufficio. Quanto a quest'ultimo potere, è stato notato che “l'AGCOM sembra far ricorso con non commendevole parsimonia al sistema di rilevazione d'ufficio delle infrazioni” (Zaccaria et al. 2021, p. 59)

L'assenza di regole per partiti politici, candidati e liste in competizione alle elezioni che impongano loro di riferire in modo trasparente sulle spese della campagna elettorale sulle piattaforme online, determina, ancora una volta, un rischio elevato.<sup>[29]</sup> In Italia, infatti, non vige ancora l'obbligo per i partiti di pubblicare i dettagli della spesa operata sui social network, né questo viene fatto volontariamente. Ne consegue che l'unico modo per stimare (in modo parziale) l'importo della spesa per le campagne politiche sui social media è tramite le ad libraries dei social media (Brogi & Carlini, 2021). Il risultato è uno scenario frammentato e assolutamente non esaustivo, con un alto grado di opacità rispetto alle somme spese, e alle tecniche utilizzate, in campagna elettorale.

Anche se l'indicatore sulla **Regolazione dei contributi e del supporto pubblico ai media** rimane quello con il rischio più basso nell'area Indipendenza Politica (25%), quest'anno si registra un aumento di otto punti percentuali. Ciò è in parte dovuto all'aumento del livello di rischio quando si considerano l'equità e la trasparenza della pubblicità pagata dallo Stato ai media: l'Italia ha regole sulla pubblicità statale, ma queste sono limitate alla pubblica amministrazione e agli enti pubblici, mentre non si applicano alle società controllate dallo Stato. A tal riguardo, il nuovo Testo unico 2021 dei servizi di media audiovisivi (TUSMA), confermando le disposizioni precedenti, non ha migliorato il quadro giuridico relativo alla materia.

Per quanto riguarda l'assegnazione dello spettro, la normativa che prevede regole eque e trasparenti può considerarsi attuata, o in corso di attuazione. Il Decreto MISE del 30 luglio 2021, ha definito il nuovo calendario nazionale (la cosiddetta Road Map) individuando le scadenze per il riordino del quadro delle frequenze televisive. Con il Decreto 17 novembre 2021 sono stati altresì definiti i criteri e le modalità per l'erogazione delle misure economiche compensative a favore degli operatori di rete.

Le sovvenzioni pubbliche ai media sono regolate da criteri che sono dettagliati dalla Legge n.198/2016, per i contributi diretti; e da un insieme di diverse disposizioni, che si sovrapporranno nel tempo, per i contributi indiretti (per una sintesi, cfr Dipartimento per l'informazione e l'editoria, 2021; e il capitolo italiano in Puppis e Pedrazzi, 2020, pp. 13- 18).

Pur prevedendo criteri oggettivi per l'erogazione dei contributi diretti, il quadro normativo risulta "affetto da una incoerenza interna", come ha affermato la Corte Costituzionale, con sentenza n. 206/2019. La Corte ha infatti affermato che "in un settore come quello in esame, caratterizzato dalla presenza di un diritto fondamentale, vi è l'esigenza che il quadro normativo sia ricondotto a trasparenza e chiarezza, e in particolare che l'attribuzione delle risorse risponda a criteri certi e obiettivi". Ne consegue che, ogni anno, la distribuzione dei contributi è controversa, con rilevanti questioni di efficacia ed equità, poiché tra i principali beneficiari delle sovvenzioni dirette, vi sono organi di informazione che rispettano solo formalmente i criteri di legge posti in essere per consentire l'accesso ai fondi (per quanto riguarda i media locali, si veda il capitolo 3.4).

Inoltre, si registra un ritardo cronico nella distribuzione dei sussidi diretti - al momento della scrittura di questo report, il fondo 2020 non è ancora stato assegnato - e ciò potrebbe incidere negativamente sui media beneficiari di tali sussidi, che spesso presentano una situazione finanziaria molto fragile. Con particolare riguardo alle sovvenzioni indirette introdotte dopo la crisi del COVID-19, è stato rilevato un rischio medio: in primo luogo, il credito d'imposta per gli annunci è stato portato al 50% ed è stato esteso all'audiovisivo, di fatto il maggior beneficiario del provvedimento, con la conseguente penalizzazione degli altri mezzi e degli attori minori.<sup>[30]</sup> In secondo luogo, la natura provvisoria delle misure, che deve essere confermata ogni anno nella legge di bilancio, può comportare rischi per l'indipendenza politica. In definitiva, nonostante i piani annunciati, i sussidi sia diretti che indiretti non sono stati riprogrammati per supportare la transizione digitale dei mezzi di informazione: come riporta Santoro (2021), "gran parte delle agevolazioni concesse è per il prodotto tradizionale cartaceo".

L'Indicatore **Indipendenza dei media di servizio pubblico** è ancora ad alto rischio (83%). La necessità di

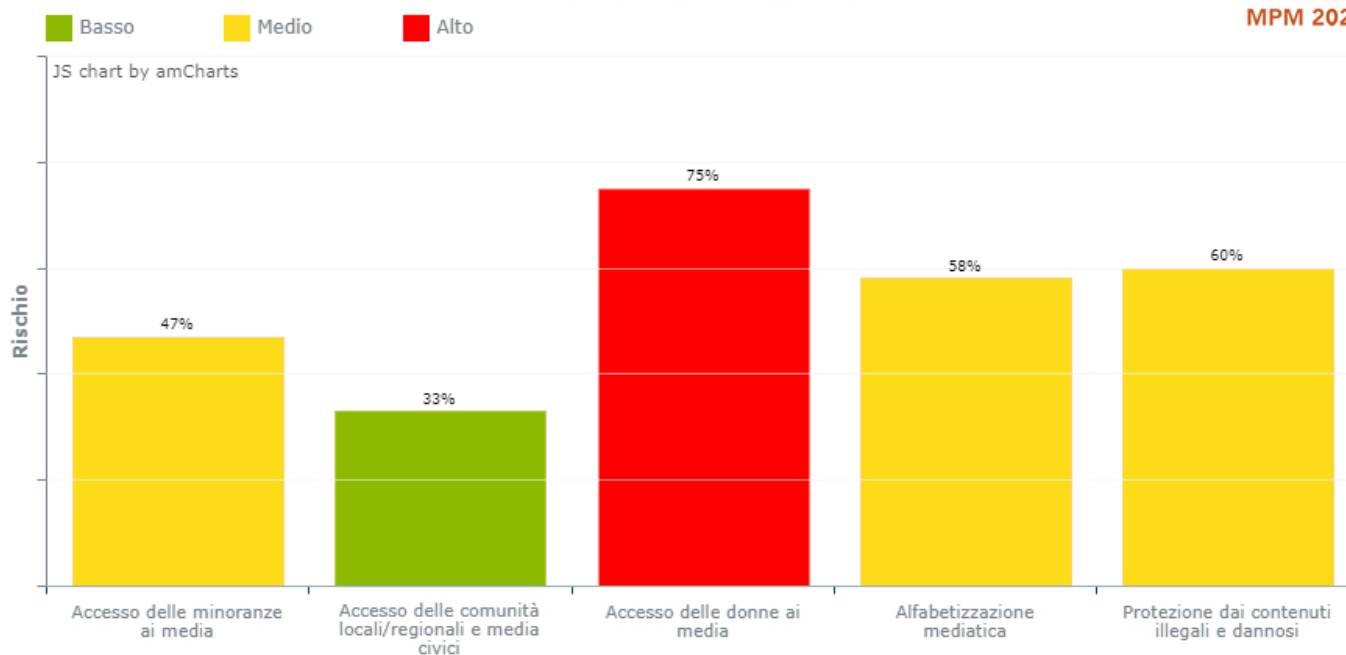
una riforma del servizio pubblico italiano è evidente, come confermano sia l'appello del maggio 2021 al parlamento e al governo da parte di 119 intellettuali, accademici e dirigenti <sup>[31]</sup>, che il dibattito in Senato sulle modifiche proposte alla sua governance (ddl 1415 et al.) <sup>[32]</sup>.

Come illustrato da Openpolis (2021), in relazione alla tornata di nomine del luglio 2021, “ se solitamente l'indicazione di alcuni componenti di nomina parlamentare viene lasciata all'opposizione, in questo caso il particolare contesto istituzionale (a metà tra un governo di larghe intese e uno di unità nazionale) e i rapporti interni al centrodestra di governo e non, hanno determinato un assetto tutto interno alla maggioranza. il particolare contesto istituzionale (a metà strada tra un governo ampio e uno di unità nazionale) e le dinamiche interne del centrodestra, hanno determinato una struttura del tutto interna alla maggioranza” <sup>[33]</sup>. Un quadro già storicamente ad alto rischio, nel quale sono avvenute nel 2021 le nomine nomina dell'Amministratore Delegato e del Presidente della RAI - rispettivamente Carlo Fuortes e Marinella Soldi. Va ricordato che le azioni della società sono controllate dal governo con una partecipazione del 99%. Come sottolineato in Zaccaria et al. (2021), in questo contesto è difficile pensare che il Consiglio di Amministrazione (in cui due membri sono diretta espressione della volontà del governo, e altri due sono controllati dallo stesso governo attraverso la maggioranza parlamentare) possa disattendere la proposta fatta dal governo attraverso l'Assemblea dei Soci. Le successive nomine dei direttori di alcuni dei principali telegiornali italiani, avvenute nel novembre 2021, hanno ribadito le tradizionali preoccupazioni, con i grandi partiti politici a lottare per influenzare la scelta dei futuri incaricati, rendendo il processo di selezione dipendente da logiche di spartizione (USIGrai, 2021).

Inoltre, nonostante una più efficace modalità di riscossione del canone, il sistema in vigore dal 2015 presenta aspetti problematici, il più preoccupante dei quali è il fatto che l'importo del gettito devoluto al servizio pubblico è determinato su base annuale dal governo, attraverso la Legge di Bilancio (USIGrai, 2021). In questo contesto, è evidente come la riforma 220/2015 non sia, in pratica, riuscita a modificare la situazione storica in merito alla storica situazione di dipendenza dei vertici del servizio pubblico italiano dall'influenza politica.

### **3.4. Inclusione Sociale (55% - Rischio medio)**

*L'area della Inclusione sociale si concentra sull'accesso ai media da parte di specifici gruppi nella società: minoranze, comunità locali e regionali, persone con disabilità; e sull'accesso delle donne ai media. Analizza anche il contesto nazionale sull'alfabetizzazione mediatica, ivi comprese le valutazioni delle competenze digitali della popolazione. Infine, valuta le nuove sfide legate all'uso delle tecnologie digitali, legate alla Protezione contro i contenuti illegali e dannosi.*



Nell'area dell'**Inclusione Sociale** l'Italia presenta un rischio medio, con una riduzione di cinque punti percentuali rispetto all'anno precedente, prevalentemente attribuibile all'indicatore sull'Accesso delle comunità locali/regionali e media civici, e a quello sull'Accesso delle donne ai media. Quest'ultimo, sebbene presenti un rischio in riduzione, resta tra quelli con i più alti livelli di rischio nell'applicazione del MPM al caso italiano. Va anche sottolineato che i progressi registrati nel campo dell'accesso a Internet dal punto di vista tecnico (di cui si parla nell'area della Protezione fondamentale) non sono stati accompagnati da un miglioramento degli indicatori della Alfabetizzazione mediatica e della Protezione dai contenuti illegali e dannosi.

L'**Accesso delle minoranze ai media** presenta un rischio medio (**47%**), che risulta da due tendenze opposte: la situazione delle minoranze legalmente riconosciute, e quella delle minoranze che non sono legalmente riconosciute. Le prime sono le minoranze linguistiche, protette dalla Costituzione (art. 6), dalla legge e dal contratto di servizio tra la Rai e il governo (Art. 2/f del decreto legislativo n. 208/2021, Rai Contratto di servizio 2018-2022). Le televisioni e le radio private non sono obbligate a dare accesso alle minoranze linguistiche, anche se in alcuni casi le leggi regionali prevedono regole e incentivi (Corecom 2020). Inoltre, i giornali che sono espressione di minoranze linguistiche hanno diritto a contributi pubblici (decreto legislativo n. 70/2017). Al contrario, per le minoranze che non sono legalmente riconosciute non si prevedono garanzie riguardo all'accesso ai media, e la loro rappresentazione e presenza nei media non è proporzionale alla loro presenza numerica nella società italiana (gli stranieri residenti in Italia sono più dell'8% della popolazione). Secondo l'associazione Carta di Roma, fondata nel 2011 per monitorare l'implementazione del codice deontologico sull'informazione sul tema dell'immigrazione, nel 2021 le notizie a riguardo in prima serata sono diminuite del 24%. Questa diminuzione, come rilevato nella nona relazione annuale dell'associazione (Carta di Roma, 2021), è dovuta all'emergenza COVID 19, alla riduzione dei flussi migratori e della loro presenza nel dibattito politico.

Tuttavia, l'agenda sull'immigrazione nell'informazione rimane focalizzata sui flussi e le notizie legate alla criminalità (rispettivamente, il 40% e il 24% delle notizie durante la prima serata), con una minore attenzione al sociale, e agli aspetti economici e culturali. La presenza e le testimonianze dirette di migranti e rifugiati nei media è ancora limitata: si registra in appena il 6% delle notizie, a fronte di una presenza del 35% di politici. "Ciò significa che, anche su temi che li riguardano direttamente, questi soggetti continuano ad avere poca voce in capitolo. Se poi si allarga lo sguardo all'intera agenda dei telegiornali, quindi anche alle notizie

che trattano argomenti diversi dall'immigrazione, la presenza in voce di migranti e rifugiati si riduce allo 0,3% dei servizi. Molto raramente si raccoglie la loro opinione o testimonianza o ci si rivolge alla loro competenza, al di fuori del terreno circoscritto del tema immigrazione” (ibidem, pp. 46-47). L'indicatore sull'Accesso delle minoranze ai media valuta anche l'accesso ai media per le persone con disabilità: qui il rischio medio è dovuto principalmente all'assenza di disposizioni rivolte ai servizi audiovisivi privati. Nella “Media Accessibility Map”<sup>[34]</sup>, l'Italia viene valutata con un punteggio 5/7. Standard e le linee guida sono previsti solo per il servizio pubblico (nel Contratto di servizio Rai, art. 10 e 25 h), e la loro attuazione è monitorata da AGCOM e riportata nel budget di sostenibilità della Rai.<sup>[35]</sup>

L'indicatore sull' **Accesso delle comunità locali/regionali e media civici** ha un punteggio di basso rischio (**33%**). L'accesso alle piattaforme di media è garantito per i media locali e regionali (Art. 4, co. 7-8, D.lgs 208/2021), ed è efficace nella pratica per i media civici. La Rai è obbligata a mantenere corrispondenti regionali. Il maggior peso dato al mandato di servizio pubblico sull'informazione locale nel questionario MPM nel 2021, spiega in parte la diminuzione del livello di rischio per questo indicatore, mentre permangono i rischi legati ai finanziamenti. Da un lato, come evidenziato da AGCOM (2018), c'è una mancanza di finanziamenti adeguati per i media locali; dall'altro, si segnala una tendenza alla concentrazione di proprietà a livello locale, in alcuni casi coincidente con potenziali conflitti di interessi.<sup>[36]</sup> I giornali locali, se espressione di una minoranza linguistica, sono supportati da sussidi statali diretti. Questo è il caso del principale beneficiario di sovvenzioni dirette nel 2021, un quotidiano regionale il cui editore ha rilevanti proprietà in altri settori economici a livello locale.<sup>[37]</sup> Il sub indicatore sui media civici mostra una leggera diminuzione del rischio, dovuto al fatto che esistono vivaci esempi di giornalismo non profit, sebbene si tratti ancora di una nicchia. L'esistenza di media civici è riconosciuta dalla legge nel settore audiovisivo (TUSMA Art. 3 co. 1/r); non ci sono disposizioni di legge specifiche per proteggere e sostenere i media civici ma, tuttavia, questi godono di un'effettiva indipendenza politica.

L'indicatore sull' **Accesso delle donne ai media** registra un rischio alto (**75%**). Rispetto alla valutazione dell'anno scorso, si registra una diminuzione di 12 punti di rischio. Tuttavia, questo indicatore rimane il terzo per livello di rischio in tutte le aree del MPM. Il miglioramento è dovuto alle nuove nomine, nel 2021, in posizioni di vertice nella Rai, più equilibrate da un punto di vista di genere. È importante notare che c'è una sola donna tra i caporedattori delle principali testate. Inoltre, il risultato preoccupante relativo a questo indicatore dipende principalmente dalle variabili che valutano la presenza delle donne nelle notizie, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. Abbiamo basato la nostra valutazione sui dati dell'autorità dei media relativi al pluralismo sociale e politico, che monitorano la presenza femminile nella cronaca politica (AGCOM 2021a, p. 85), e sul sesto rapporto del Global Media Monitoring Project, pubblicato nel 2021. Secondo il GMMP, “sembra che la pandemia abbia acuito alcuni squilibri di genere tipici dei media italiani, come il divario di genere tra gli esperti. La situazione in Italia è cambiata molto poco dall'ultimo GMMP nel 2015: le donne sono cresciute in termini di visibilità complessiva, probabilmente grazie alla loro maggiore presenza e partecipazione in istituzioni e imprese, che come risultato di un maggiore impegno per una copertura bilanciata da parte dei maggiori mezzi di informazione”. In una nota positiva, il GMMP segnala alcuni miglioramenti, sia nei media tradizionali che digitali per quanto riguarda la presenza di donne nelle notizie politiche; e sottolinea il fatto che i media digitali hanno prestazioni leggermente migliori rispetto a stampa, radio e TV relativamente al linguaggio utilizzato per parlare delle donne. Tuttavia, il report conclude che “a parte questi pochi punti positivi, il quadro rimane altamente problematico, a maggior ragione se si considera l'incapacità dei mezzi di informazione riportare/riflettere/rispettare la diversità di genere in periodi eccezionali di crisi multiple, nonostante la retorica istituzionale e i numerosi appelli per narrazioni, strategie e politiche più inclusive” (Azzalini & Padovani 2021; see also Palandri, 2019 and Maglia, 2020).<sup>[38]</sup>

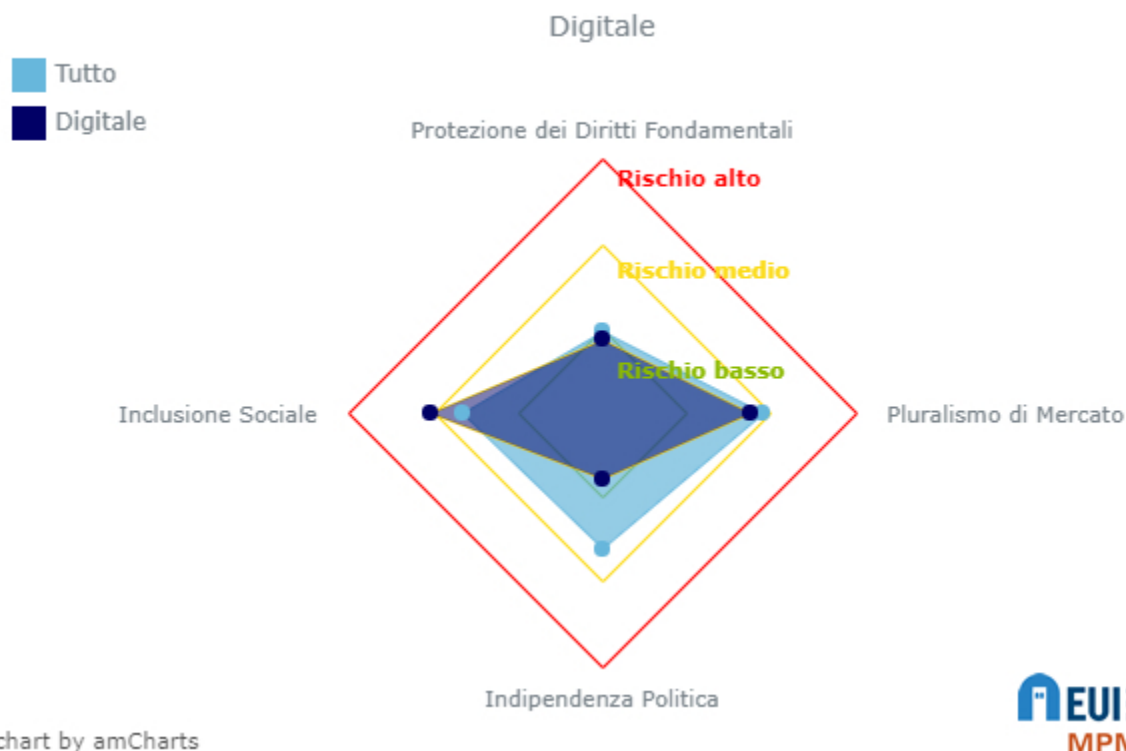
Il rischio medio registrato dall'indicatore sull'**Alfabetizzazione mediatica (58%)** è giustificato politiche esistenti in materia sono limitate per portata ed efficacia. Vale la pena inquadrare questo problema all'interno del più ampio scenario del minimo livello di competenze di alfabetizzazione nel paese, come valutato da studi nazionali e comparati.<sup>[39]</sup> L'Alfabetizzazione mediatica è inserita in un programma di educazione civica digitale ("Curriculum di educazione civica digitale"), le cui linee guida sono state pubblicate nel 2020. Nonostante la crescente consapevolezza dell'urgenza di intervenire in questo ambito, la presenza dell'alfabetizzazione mediatica nei curricula scolastici è molto limitata da un punto di vista quantitativo, e la formazione degli insegnanti non è completa e ben sviluppata. Come sottolineato dal professor Christian Tarchi, dell'Università di Firenze, in un'intervista realizzata per lo studio MPM 2022, è necessario perseguire l'innovazione pedagogica, insieme all'innovazione tecnologica, poiché "politiche per affrontare il problema sono state sviluppate, ma hanno un difetto comune: spesso sono progettate per fornire competenze e strumenti tecnici; e anche quando i programmi affrontano il problema della capacità di accedere alle fonti, non si concentrano sulla necessità di collegare e integrare diverse prospettive. L'integrazione tra fonti diverse non è una parola chiave per queste politiche". Quanto agli sviluppi più recenti: "Nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), lanciato nel 2021, le competenze digitali sono obiettivi orizzontali, da perseguire con diversi strumenti e attraverso diversi ambiti di azione del Piano. Di conseguenza, non vengono messe in atto azioni specifiche" (Ibid.).

Il livello problematico di Alfabetizzazione mediatica aumenta il livello di vulnerabilità alla disinformazione e ai discorsi d'odio. L'indicatore sulla **Protezione dai contenuti illegali e dannosi** registra un punteggio di rischio medio (**60%**). Regole previste per i media tradizionali dal diritto penale e civile, nonché dai codici deontologici dei giornalisti, dovrebbero applicarsi anche ai media digitali. Dal momento che queste hanno un'efficacia limitata contro la creazione e la diffusione di disinformazione nel nuovo ecosistema mediale, sono state proposte iniziative politiche e legislative che spesso si limitano però all'ambiente online, anche se casi di disinformazione possono viceversa originarsi nei media tradizionali.<sup>[40]</sup> Finora le proposte non sono sfociate in nuove leggi o regolamenti specifici. E' pendente in Parlamento la proposta di istituire una Commissione parlamentare d'inchiesta sulla disinformazione. L' Art. 4 del nuovo TUSMA (D.lgs 208/2021) pone tra i principi generali del sistema dei media audiovisivi la lotta ai discorsi d'odio e alla disinformazione, richiedendo all'autorità dei media di supervisionare e mettere in pratica tali principi. L'AGCOM ha realizzato iniziative contro la disinformazione; nel 2017 ha stabilito un "Tavolo per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell' informazione sulle piattaforme digitali"; nel 2018 ha creato un sistema di monitoraggio sulla disinformazione online, che ha portato alla creazione di un Osservatorio sulla disinformazione online attivo fino a giugno 2020. In Italia sono presenti attività di contrasto alla disinformazione, come programmi di fact-checking e debunking, ma si tratta soprattutto di iniziative commerciali piuttosto che di iniziative dal basso (per ulteriori dettagli e per il sub-indicatore sul discorso d'odio online, si veda il Capitolo 4).



## 4. Il pluralismo online

### Italia: Aree a rischio del pluralismo dei media



JS chart by amCharts

**EUI** CENTRE FOR MEDIA PLURALISM AND MEDIA FREEDOM  
**MPM 2022**

Il livello di rischio digitale in Italia è inferiore al rischio complessivo in tutte le aree, ad eccezione dell'Inclusione Sociale. Il rischio estratto per le variabili e i sub indicatori digitali è del 29% nell'area Protezione dei Diritti Fondamentali; del 58% nel Pluralismo di Mercato; del 26% nell'area Indipendenza Politica; del 67% nell'area Inclusione Sociale. In linea generale, questo risultato può essere spiegato dal fatto che l'ambiente mediatico tradizionale italiano è stato storicamente caratterizzato da rilevanti fattori di rischio legati alla concentrazione del mercato, al conflitto di interesse, e all'influenza politica.

La dimensione digitale mostra un rischio inferiore per alcuni indicatori di mercato (come la concentrazione della proprietà, la sostenibilità economica e l'autonomia editoriale dei media nativi digitali); mentre i rischi digitali sono maggiori negli indicatori che considerano il ruolo delle piattaforme online. In particolare, l'Indicatore Media audiovisivi, piattaforme online ed elezioni presenta un rischio digitale molto elevato, a causa della mancanza di regole e trasparenza nella comunicazione politica, e in relazione alle tecniche pubblicitarie nei social media. Il livello di rischio più elevato registrato negli indicatori dell'area Inclusione Sociale, è preoccupante, ed evidenzia la vulnerabilità alla diffusione della disinformazione e di contenuti offensivi.

#### **Protezione dei Diritti Fondamentali (29% - rischio basso)**

Nell'ambito della **Protezione dei Diritti Fondamentali**, i rischi digitali sono inferiori rispetto al livello di rischio complessivo di quest'area: i limiti alla libertà di espressione online sono gli stessi previsti dalla Costituzione italiana e dalla legge per la dimensione offline (si veda il cap. 3.1); le principali minacce al pluralismo dei media in questo settore (negli indicatori Protezione del diritto all'informazione e Standard e tutele della professione giornalistica) non sono digitalmente specifiche; si noti inoltre che il miglioramento dell'accesso a Internet ha abbassato il livello di rischio nell'indicatore corrispondente.

I casi in cui lo Stato può intervenire per bloccare o rimuovere contenuti online sono indicati dalla legge e

sono relativi a violazioni della legge penale (terrorismo; abusi sessuali su minori); ad alcuni casi di servizi finanziari non autorizzati; e alla tutela del diritto d'autore. In quest'ultimo caso, la rimozione può essere ordinata dall'Autorità dei media. Nel 2021, una decisione dell'AGCOM (n. 233/21/CONS) ha modificato il precedente regolamento in materia di tutela del diritto d'autore online (n. 680/13/CONS), ampliandone il campo di applicazione alle piattaforme di messaggistica. Dall'entrata in vigore della normativa sul diritto d'autore, a febbraio 2022, l'AGCOM ha ricevuto 3.316 denunce, delle quali quasi il 70% hanno avuto origine da un'ordinanza di rimozione selettiva dei contenuti o di disabilitazione dell'accesso.

Nel Rapporto Freedom of the Net, l'Italia presenta un punteggio di 25/30 per la valutazione sui "limiti ai contenuti"; il Rapporto afferma che "tipicamente l'Italia non blocca o filtra i contenuti di natura politica, sociale o religiosa; tutti i principali siti web e piattaforme di comunicazione sono liberamente disponibili" e segnala che "nel marzo 2021 l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM), organo amministrativo del Ministero delle Finanze, ha bloccato la popolare piattaforma di condivisione di contenuti Medium, a causa di post che presumibilmente condividevano links illegali di gioco d'azzardo. A seguito delle richieste della stampa, il blocco è stato revocato il giorno stesso" (Freedom House, 2021). Un altro caso è emerso con il blocco temporaneo e la rimozione di un video, pubblicato dal giornale digitale Fanpage.<sup>[41]</sup> Nei due casi si può affermare che regole e contrappesi dello Stato di diritto abbiano funzionato.

Il filtraggio e la rimozione dei contenuti da parte delle piattaforme digitali sono attuati secondo le linee guida interne delle aziende. Dal 2017, le principali piattaforme digitali partecipano al Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali, istituito dall'AGCOM. Il Tavolo Tecnico ha intrapreso iniziative specifiche per contrastare la disinformazione durante l'emergenza COVID 19, e ha promosso l'autoregolamentazione e iniziative specifiche da parte delle piattaforme, in collaborazione con attività di fact checking.

In Italia non vi sono evidenze di sistematiche e arbitrarie rimozioni da parte delle piattaforme. I numeri aggregati mostrano che, in linea con l'allarme mondiale durante l'emergenza sanitaria, l'attività di fact checking e rimozione è aumentata, ma non sono stati forniti dati dettagliati sull'ammontare, sui criteri e sulle motivazioni di tali blocchi o rimozioni.

Nel suo rapporto annuale, l'AGCOM sottolinea ancora una volta i limiti dell'autoregolamentazione, chiedendo un nuovo quadro normativo entro il quale aumentare l'accountability delle piattaforme: "emerge, dunque, l'urgenza di una riflessione più estesa, che pertiene al problema dell'*accountability* delle piattaforme (e dei loro algoritmi, specie di raccomandazione). Il ricorso a strumenti di *detection*, rimozione e controllo su contenuti, *account* e pagine *social*, soprattutto nei confronti di editori e soggetti politici, solleva rilevanti questioni sulla natura giuridica delle politiche adottate dalle piattaforme e la conseguente legittimità e opportunità che le medesime, diversamente da quanto accade per gli altri mezzi di informazione regolati, possano autonomamente rimuovere contenuti informativi, pagine e profili. Si tratta, evidentemente, di una materia che richiede interventi legislativi organici per un corretto bilanciamento tra diritti e valori in gioco, nel pieno rispetto della libertà di informazione e del pluralismo" (AGCOM 2021a, pag. 132).

Per quanto riguarda la sicurezza digitale dei giornalisti - che fa parte dell'Indicatore Standards e tutele della professione giornalistica -, i dati ufficiali mostrano che le minacce online hanno raggiunto il 44% del numero totale di minacce segnalate nel 2021. Sebbene non ci siano dati ufficiali sul fenomeno, fonte di specifica preoccupazione è la crescita degli attacchi online alle giornaliste.<sup>[42]</sup>

La valutazione MPM2021 segnala un miglioramento dell'Indicatore Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet, dovuto principalmente all'aumento dell'accesso a Internet nel Paese. Il punteggio delle relative variabili (misurate sulla base del DESI, Digital Economy and Society Index) riflette i progressi nella copertura della banda larga, nelle tariffe di abbonamento e nelle velocità di connessione – e questo può essere correlato all'enorme impulso ricevuto nel 2020, in seguito ai lockdown e alla necessità di accedere ai servizi Internet per scopi lavorativi e didattici. La quota di mercato complessiva dei TOP4

Internet Service Provider (Tim, Vodafone, Wind Tre e Fastweb) è dell'89,5%.

### **Pluralismo di Mercato (58% - rischio medio)**

Nell'area **Pluralismo di Mercato** il livello di rischio medio per variabili e sub indicatori digitali è leggermente inferiore a quello complessivo. Ciò è dovuto principalmente al fatto che i media digitali ottengono risultati relativamente migliori nell'Indicatore Sostenibilità economica dei media, mentre fonti di preoccupazione emergono dagli indicatori sulla concentrazione; si osservano inoltre sviluppi interessanti per quanto riguarda la trasparenza della proprietà.

Nel quadro giuridico italiano, tutti i fornitori di servizi media sono obbligati a registrarsi sul ROC (si veda il Capitolo 3.1). I mezzi di informazione digitali nazionali hanno quindi gli stessi obblighi di quelli tradizionali, con l'unica eccezione per quelli più piccoli. Un problema comune è la presenza di siti web transfrontalieri attivi sul territorio, che possono sfuggire alle regole di trasparenza. Gli obblighi di trasparenza si estendono ad alcuni intermediari digitali: i motori di ricerca e i fornitori di servizi di intermediazione online (a seguito della Legge di Bilancio 2021, n. 178/2020, che ha recepito il Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online) devono registrarsi al R.O.C. se offrono servizi in Italia, anche se non legalmente stabiliti nel territorio italiano. Nel periodo coperto da questa analisi, l'AGCOM ha completato le indagini su alcune piattaforme digitali, sanzionandole per violazione dell'obbligo di registrazione. Alcune piattaforme hanno presentato ricorso contro questa decisione. (Delibera n. 200/21/CONS. Si veda anche Balestra, Antoniazzi & Horgan, 2021; Ranaivoson et al., in corso di pubblicazione, pp. 359-365).

Nell'esercizio MPM la concentrazione del mercato è valutata separatamente per i mezzi di informazione (fornitori di contenuti) e per gli intermediari online. Nel settore dei media digitali la mancanza di dati ufficiali ostacola la valutazione della concentrazione dei ricavi; anche la misurazione dell'audience risulta difficile, e questo è dovuto alla mancanza di metriche standardizzate e di un monitoraggio ufficiale completo, sebbene siano emerse alcune evidenze che mostrano come il mercato digitale sia leggermente meno concentrato di quello tradizionale; in termini di numero di utenti unici nel giorno medio, il rapporto annuale AGCOM (2021) evidenzia un predominio dei digital outlets dei media tradizionali, con un solo nativo digitale (Fanpage) che si classifica nella Top 4 (i Top 4 raccolgono il 54% dell'audience per le prime dieci testate digitali). Un maggiore livello di rischio emerge, invece, dall'Indicatore Concentrazione delle piattaforme online e attuazione della tutela della concorrenza. L'accesso alle notizie online è principalmente mediato da fonti algoritmiche (secondo il Digital News Report, l'accesso avviene per via indiretta per il 53% della loro audience), mentre il mercato della pubblicità online registra un'alta concentrazione (l'indice TOP 4 è valutato dall'AGCOM al 72%).

Nel 2019 AGCOM ha avviato una procedura per definire il mercato di riferimento della pubblicità online (AGCOM, 2019). A seguito dell'entrata in vigore del nuovo TUSMA, i termini per la chiusura di tale procedimento sono stati prorogati. Ad ottobre 2020 l'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) ha aperto un'indagine contro Google per presunto abuso di posizione dominante nella catena della pubblicità digitale. L'indagine è stata chiusa nell'ottobre 2021, in seguito all'apertura di un'indagine analoga da parte della Commissione Europea. Nel febbraio 2021, l'AGCM ha inflitto a Facebook una sanzione di 7 milioni di euro per pratiche sleali in relazione alla raccolta e allo sfruttamento di dati. <sup>[43]</sup>

La Direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo e del Consiglio sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale è stata recepita dal decreto legislativo n. 177/2021. Secondo l'art. 1, comma 8, in

caso di utilizzo online di contenuti protetti da diritto d'autore, i prestatori di servizi della società dell'informazione devono corrispondere agli editori un congruo compenso. Le linee guida per la determinazione della giusta remunerazione devono essere fornite dall'AGCOM, secondo i criteri fissati dal medesimo art. 1, comma 8, tra i quali si annoverano: il numero delle consultazioni dell'articolo online, il numero degli anni di attività e la rilevanza sul mercato degli editori, il numero dei dipendenti nei mezzi di comunicazione, i costi degli investimenti infrastrutturali di entrambe le parti.<sup>[44]</sup>

Secondo le nuove regole, se editori e piattaforme non sono d'accordo sulla remunerazione, ciascuno di loro può ricorrere all'AGCOM per la sua determinazione. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha criticato tali disposizioni, sostenendo che eccedono il campo di applicazione della Direttiva UE e che possono limitare ingiustificatamente la concorrenza. In particolare, l'AGCM sottolinea che i criteri introdotti per fissare l'equa remunerazione potrebbero discriminare i piccoli e nuovi editori.<sup>[45]</sup>

Sebbene non sia ancora possibile valutare gli effetti dell'attuazione della Direttiva 2019/790, ci sono stati alcuni sviluppi nel processo negoziale già avviato in Italia. Nel marzo 2021 diversi editori italiani hanno firmato un accordo con Google per l'utilizzo del programma Google Showcase per la diffusione e la remunerazione dei propri contenuti (secondo Ansa i gruppi principali sono: RCS Media Group, Sole 24Ore, Gruppo Monrif, Caltagirone Editore; più Il Fatto Quotidiano, Libero, Il Foglio, Il Giornale, Il Tempo, Ciaopeople, Edinet, Gruppo Corriere, Citynews e Varese web).

In Italia sono stati lanciati specifici programmi unilaterali utilizzati dalle piattaforme che mirano a finanziare iniziative giornalistiche. I dettagli sugli importi, i criteri e la definizione delle negoziazioni e delle iniziative delle piattaforme per gli editori non sono stati resi pubblici. Inoltre, nel 2019 l'Italia ha introdotto una tassa sui servizi digitali, ma la sua attuazione è stata sospesa nel 2021, a seguito dell'accordo, nel quadro OCSE/G20, per una riforma internazionale della tassazione delle multinazionali. In attesa di tale riforma, un gruppo di governi, tra cui l'Italia, ha annunciato la sospensione delle iniziative unilaterali.<sup>[46]</sup>

Il livello di rischio più basso, in relazione al rischio digitale, per l'indicatore Sostenibilità economica dei media, dipende dal fatto che i media digitali (in particolare i nativi digitali), anche quando colpiti dal calo dei ricavi pubblicitari del 2020, si sono trovati meglio posizionati per sfruttare la ripresa del mercato; e dal fatto che alcuni di essi dipendono anche, o esclusivamente, da ricavi altri rispetto alla pubblicità, il cui fatturato è cresciuto nel 2021. Come notato da Marco Giovannelli, presidente dell'ANSO (Associazione Nazionale Stampa Online, i cui membri sono circa 80 editori digitali) in un'intervista organizzata al fine della presente analisi: "Non esistono dati oggettivi. Sicuramente il 2021 è andato meglio del 2020, nessun gruppo digitale ha dovuto chiudere o subire tagli importanti, registrando un aumento dei propri ricavi pubblicitari. Un caso di grande successo riguarda il servizio di abbonamento lanciato da Il Post, e anche molte testate locali hanno adottato modelli di abbonamento di successo".<sup>[47]</sup> Va inoltre notato che i mezzi di informazione digitali applicano ai giornalisti contratti diversi, che spesso sono al di sotto degli standard fissati dal principale Contratto nazionale di lavoro giornalistico.<sup>[48]</sup>

L'influenza commerciale sui contenuti editoriali è a rischio medio nei media digitali, registrando lo stesso livello di rischio della valutazione complessiva. Le evidenze emerse dalla raccolta dati per la presente analisi mostrano infatti come le problematiche non siano diverse (a tal riguardo, si veda il Capitolo 3.2), sebbene le forme tecniche di comunicazione e diffusione dei contenuti pongano nuove e diverse sfide in relazione alla proposta di rimedi e garanzie.

## **Indipendenza politica (26% - rischio basso)**

I rischi più elevati nell'ambiente online per l'area dell'**Indipendenza Politica** provengono dall'indicatore sui Media audiovisivi, piattaforme online ed elezioni (71%).

Attualmente, la disciplina italiana prevede esclusivamente disposizioni di soft law<sup>[49]</sup> volte a far emergere l'identità degli acquirenti di messaggi politici a pagamento su piattaforme digitali, ovvero disposizioni (art. 3, § 2 della Legge n. 515/1993) indicanti il nome del committente responsabile “di tutte le pubblicazioni di propaganda elettorale a mezzo di scritto, stampa (...) ed ogni altro mezzo di divulgazione” (Allegri, 2020). Tuttavia, come riportato nella valutazione del 2021, alle piattaforme digitali non si applica la principale norma relativa alla trasparenza della pubblicità politica in campagna elettorale (Legge n.28/2000, cd legge par condicio): e ciò significa che non vi è alcun obbligo per i partiti e altri attori politici di dettagliare le proprie spese per la pubblicità politica online, come evidenziato dalla relazione parlamentare annuale sulla trasparenza dei partiti politici, che fornisce una valutazione formale dell'ottemperanza del partito, ma manca di dettagli sulle spese per soggetto, media e tipologia.<sup>[50]</sup>

Per i partiti non vige alcun obbligo di pubblicare i dettagli della propria spesa sui social media, e questi non lo fanno su base volontaria. Ne consegue che l'unico modo per stimare l'importo della spesa nelle campagne politiche sui social media è tramite le ad libraries sugli stessi social media (Brogi e Carlini, 2021); che, tuttavia, non consentono un'indagine esauriente. Google, infatti, pubblica il “Rapporto sulla trasparenza” per la propaganda politica, in cui è possibile ottenere, per ogni annuncio, il nome dell'acquirente, il numero di visualizzazioni che ha avuto e la fascia di spesa. Tuttavia, non è possibile conoscere l'importo esatto, cosa che, invece, è recuperabile tramite l'ad library di Facebook (Caterina, 2021).<sup>[51]</sup>

Permangono ulteriori problematiche legate alla trasparenza, come dimostra la presenza di numerose pagine satellite aggiuntive a sostegno di partiti, liste e candidati, che potrebbero fornire ulteriore supporto attraverso contenuti sponsorizzati lanciati sulle loro pagine (Youtrend, 2021). Questo fenomeno, che si aggiunge all'utilizzo delle attività di profilazione e al trattamento automatizzato di grandi quantità di informazioni per finalità di comunicazione politica, pone il problema dell'acquisto di annunci politici online per conto terzi (le cosiddette "azioni parallele"), che possono aggirare i divieti di finanziamento previsti per partiti e candidati politici (Caterina, 2021). Il risultato è uno scenario frammentato e del tutto non esaustivo, con un alto grado di opacità rispetto alle somme di denaro e alle tecniche che vengono utilizzate nelle campagne elettorali.

### **Inclusione sociale (67% - rischio alto)**

L'estrazione del rischio digitale porta a una valutazione di rischio elevato per quest'area. Questo risultato è dovuto alle scarse competenze digitali, da un lato (valutate nell'Indicatore Alfabetizzazione mediatica), e all'Indicatore Protezione contro i contenuti illegali e dannosi, dall'altro. La percentuale della popolazione che ha competenze digitali almeno di base, o superiori a quelle di base, è ancora al di sotto della mediana degli Stati membri dell'UE, e la quota della popolazione che ha competenze digitali basse è al di sopra della mediana dell'UE. Come rilevato nel Paragrafo 3.4, questa evidenza è in linea con lo scarso livello generale di alfabetizzazione e non è sufficientemente affrontata dalle politiche e dalle attività di alfabetizzazione mediatica nel sistema educativo. Il basso livello di competenze digitali aumenta anche i rischi di vulnerabilità in relazione alla disinformazione e all'hate speech.

Nonostante l'aumento della preoccupazione e del dibattito pubblico sulla disinformazione, non esiste una misurazione quantitativa del suo impatto. Nel 2021 l'Autorità dei media non ha aggiornato il proprio

Osservatorio sulla disinformazione online <sup>[52]</sup>, che aveva tentato di stimare l'importanza della disinformazione e di individuarne i temi principali. Alcune informazioni e una valutazione qualitativa potrebbero essere basate su iniziative e relazioni di ricercatori indipendenti, fact-checkers e parti interessate. L'Italia ha vissuto negli ultimi tempi tre principali ondate tematiche di disinformazione (le elezioni politiche del 2018; COVID-19 e la campagna vaccinale, 2020/2021; e la guerra contro l'Ucraina nel 2022). Secondo IDMO (2022), nell'ultimo anno, la quota schiacciante della disinformazione è stata correlata al COVID 19, mentre, a marzo 2022, il 70% della disinformazione era correlato alla guerra in Ucraina.

Newsguard classifica i primi 10 siti di disinformazione in Italia. Il rapporto GDI Disinformation Risk Assessment (2021) analizza 34 siti di informazione in Italia, scelti in base alla loro portata ed equilibrati in termini di diffusione, localizzazione e orientamento politico (sono esclusi i siti esteri), e rileva che un terzo dei siti campione rientrano nelle categorie di rischio alto o massimo. Simona De Rosa, ricercatrice presso T6 Ecosystem, società di consulenza che si occupa di disinformazione dal 2015, ritiene che “per valutare il rischio bisogna prendere in considerazione la diffusione della disinformazione e la capacità delle persone di riconoscerla. Abbiamo alcune evidenze di il fatto che i consumatori italiani siano consapevoli del problema e che durante l'emergenza Coronavirus un numero crescente di loro abbia avuto accesso alle fonti di informazione ufficiali/verificate, ma quando si tratta delle attività necessarie alla verifica delle informazioni (debunking, ricerca dell'origine delle news), vi è una conoscenza limitata. Il profilo demografico e culturale della popolazione contribuisce al rischio crescente”.

I crimini di odio denunciati alla polizia sono aumentati del 50,9% tra il 2016 e il 2020. <sup>[53]</sup> Secondo l'Osservatorio Vox sui diritti fondamentali, nel 2021 i fenomeni di odio online hanno registrato sia una diminuzione, che una radicalizzazione; l'hate speech colpisce soprattutto le donne che lavorano, i musulmani e le persone con disabilità. Emerge l'intolleranza alla politica e ai media. <sup>[54]</sup>

L'Italia non ha una legge che regola le piattaforme digitali. Dovrebbero applicarsi le disposizioni della legge generale. In passato, sono state formulate diverse proposte volte a limitare la disinformazione e l'hate speech, sollevando però alcune preoccupazioni sul loro potenziale danno alla libertà di espressione online. Queste proposte non hanno infine portato a una nuova legislazione. Nel 2020 l'esito del Comitato Governativo "Contro le fake news" è stato uno studio, non la modifica del quadro giuridico. Una bozza di proposta per istituire una Commissione parlamentare di inchiesta sulla diffusione massiva di informazioni false pende in parlamento. L'AGCOM ha istituito il suddetto Tavolo Tecnico, al fine di promuovere il pluralismo e l'accuratezza delle informazioni sulle piattaforme online. Sviluppi recenti riguardano le nuove competenze che il TUSMA attribuisce all'Autorità dei media sulle piattaforme di condivisione video; un'ulteriore evoluzione al riguardo seguirà la normativa UE del Digital Services Act.

## 5. Conclusioni

L'anno 2021 ha portato sviluppi rilevanti nello scenario del pluralismo dei media in Italia. Il quadro legislativo e regolamentare è cambiato, con il recepimento delle Direttive UE 2018/1808 e 2019/790, e il nuovo Testo Unico sui Servizi Audiovisivi. La sfera pubblica è stata dominata, ancora una volta, dall'emergenza pandemica, e in tutti i settori media e nell'ambiente digitale l'elevata domanda di informazioni e la polarizzazione dell'opinione pubblica hanno influito su alcuni degli indicatori di rischio. Il 2021 ha registrato una ripresa economica anche per i media, dopo la recessione del 2020, ma nei principali settori - e in particolare in quelli che contribuivano alla produzione del giornalismo investigativo - i ricavi sono ancora al di sotto dei livelli pre-pandemia. Tali evoluzioni vanno inquadrare nel nuovo scenario politico, caratterizzato da una coalizione di governo molto ampia; e hanno un impatto sullo stato del pluralismo dei media, così come misurato dagli indicatori del MPM, in particolare per quanto riguarda le garanzie legali di base, la concorrenza, le infrastrutture e le competenze digitali.

I risultati di MPM2022 per l'Italia mostrano un rischio basso nell'area della Protezione dei Diritti Fondamentali, mentre tutte le altre aree sono a rischio medio. Le caratteristiche strutturali che minacciano il pluralismo dei media in Italia – legate alla concentrazione della proprietà dei media, ai conflitti di interesse, all'indipendenza del servizio pubblico – sono ancora presenti, nonostante da tempo si discutano proposte di riforma. Il predominio delle piattaforme digitali nel mercato pubblicitario online e nell'intermediazione dell'accesso alle notizie aumenta il rischio per gli indicatori sulla concentrazione e sulla sostenibilità economica dei media. Il deterioramento delle condizioni di lavoro dei giornalisti, il basso livello di alfabetizzazione mediatica e il divario di genere nei media rappresentano altri fattori di rischio rilevanti.

Nell'area della **Protezione dei Diritti Fondamentali**, il basso livello di rischio (32%) conferma che le condizioni di base della libertà e del pluralismo dei media e del pluralismo sono generalmente rispettate. Tre indicatori sono a basso rischio in questo settore: Protezione della libertà di espressione, Indipendenza ed efficacia dell'autorità di controllo sui media, Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet. Quest'ultimo è stato l'indicatore che più ha contribuito ad abbassare il livello di rischio, insieme all'evoluzione positiva del quadro normativo sulla diffamazione, scaturito non da un'iniziativa parlamentare, bensì da due interventi della Corte Costituzionale. L'indicatore sulla Protezione del diritto all'informazione presenta ancora un livello di rischio medio, ma in questo caso le questioni principali riguardano l'attuazione pratica della legge sull'accesso alle informazioni detenute dalla pubblica amministrazione, e l'estensione e l'efficacia della tutela dei whistleblower. I crescenti rischi in quest'area sono conseguenti al deterioramento della sicurezza e delle condizioni di lavoro dei giornalisti, nonché dalla mancanza di tutele contro le querele temerarie. Le responsabilità dell'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni dei media sono state ampliate dall'attuazione della Direttiva UE 2018/1808, che tra le altre cose prevedeva il rafforzamento dell'indipendenza del regolatore nazionale. Al riguardo, questo rapporto evidenzia una valutazione positiva dell'Indicatore relativo all'indipendenza dell'Autorità, ma segnala i rischi di influenza politica nelle procedure di nomina.

### *Raccomandazioni*

- **allo Stato: approvare la riforma della legge sul conflitto di interessi; garantire un ambiente favorevole per i giornalisti, rafforzando la protezione statale per i giornalisti minacciati; approvare una riforma esaustiva della legge penale sulla diffamazione; introdurre una legge contro le querele temerarie per prevenire l'effetto intimidatorio delle cause penali e civili sui giornalisti; estendere la tutela dei whistleblower al settore privato, recependo la Direttiva UE**

**2019/1937; rafforzare l'indipendenza dell'Autorità dei media, in considerazione delle sue accresciute competenze.**

- **all'Ordine dei Giornalisti, ai sindacati e alle associazioni professionali: promuovere e garantire il rispetto degli standard professionali e dell'autonomia editoriale, anche per i giornalisti freelance e gli autonomi; promuovere strumenti di cooperazione e fondi per sostenere i giornalisti contro le querele temerarie.**

L'area del **Pluralismo di Mercato** presenta un livello di rischio medio (63%), che si attesta molto vicino alla soglia di rischio elevato. Come in passato, questo rappresenta il livello di rischio più alto tra tutte le aree del Monitor. Le minacce al pluralismo esterno provengono dall'alto livello di concentrazione della proprietà registrato in tutti i settori della produzione mediatica e nel mercato delle piattaforme online. Anche se il settore dei media nativi digitali è più aperto, nel complesso l'evoluzione online non ha ridotto questo rischio, ma ha aumentato la tendenza alla concentrazione, come risposta alla crisi del modello di business dei media tradizionali; una alto indice di concentrazione caratterizza anche il mercato pubblicitario online, dominato dalle grandi piattaforme digitali. Il rinnovato quadro anti-concentrazione seguito alla riforma del TUSMA affida all'AGCOM il compito di valutare l'effettiva minaccia al pluralismo dei media in caso di violazione delle soglie di mercato, sia nell'intero SIC che nei mercati che lo compongono. La Sostenibilità economica dei media ha registrato un miglioramento rispetto all'anno scorso, sebbene presenti ancora un livello di rischio medio; l'occupazione giornalistica regolare ha continuato a diminuire e le condizioni economiche sono peggiorate, in particolare per i giornalisti più giovani e per i liberi professionisti. La Trasparenza della proprietà dei media è garantita dal ROC, ma le informazioni rilevanti sui beneficiari ultimi non sono facilmente accessibili al pubblico. Uno sviluppo interessante, in materia di trasparenza della proprietà, è l'estensione dei relativi ad alcune piattaforme digitali. Se attuata, questa disposizione consentirebbe all'Autorità regolatoria di raccogliere dati e informazioni da tutti gli attori che hanno un ruolo sul mercato dei media. Il sostegno pubblico al settore dei media è al di sotto del livello di Paesi europei paragonabili all'Italia; inoltre risulta male disegnato e poco efficace nel promuovere l'innovazione.

### *Raccomandazioni*

- **allo Stato e all'Autorità di regolazione: affrontare il problema della concentrazione della proprietà dei media, utilizzando le nuove regole anti concentrazione per garantire efficacemente il pluralismo esterno nel settore dei media, tenendo conto dell'evoluzione tecnologica.**
- **alle Autorità competenti sui media, sulla protezione dei dati e per la concorrenza: continuare a collaborare e coordinare le loro iniziative sui mercati dei dati e dei media online.**
- **allo Stato: utilizzare parte delle entrate derivanti dalla tassazione dei servizi digitali per sostenere il giornalismo.**
- **allo Stato, all'Autorità di regolazione, agli editori e alle piattaforme digitali: garantire che gli accordi economici tra editori e piattaforme sull'uso dei contenuti protetti da copyright siano trasparenti ed efficaci e che includano anche i fornitori di media più piccoli e diversificati.**

L'area dell'**Indipendenza Politica** per l'Italia è valutata a rischio medio (53%). L'analisi del MPM 2022 ha



evidenziato diverse carenze, sia in relazione alla regolamentazione che alla sua attuazione. La maggior fonte di rischi è nella persistente influenza politica sulla Rai, che evidenzia la necessità di una riforma esaustiva che possa, al tempo stesso, assicurare l'indipendenza della governance e del bilancio della concessionaria pubblica. In secondo luogo, il sistema mediatico italiano necessita ancora di una regolamentazione efficace del conflitto di interessi, la cui mancanza incide sull'indipendenza dei media, a livello nazionale così come a livello locale. Appare infine evidente, in termini di influenza politica, la necessità di tenere conto, a più livelli, delle sfide poste dalla dimensione online, soprattutto durante le tornate elettorali.

### *Raccomandazioni*

- **allo Stato: riformare sia la governance che il sistema di finanziamento della Rai, per garantire la piena indipendenza del servizio pubblico dalle ingerenze politiche. Riformare la disciplina del conflitto di interessi, assicurando efficacemente l'autonomia dei media dal controllo diretto o indiretto attraverso la proprietà. Mettere in atto l'obbligo per i partiti e altri attori politici di dettagliare le loro spese per la pubblicità politica online; rafforzare le regole sulla comunicazione politica nel periodo elettorale ed estenderle alla sfera online.**
- **allo Stato: rivedere il sistema di sostegno pubblico ai media, per garantire maggiore trasparenza ed efficacia; destinare la maggior parte dei sussidi alla promozione dell'innovazione, insieme al finanziamento diretto di progetti innovativi e start-up da parte di giornalisti; includere le società a partecipazione pubblica tra i soggetti sottoposti alle regole sulla trasparenza della pubblicità statale.**
- **all'Autorità di regolazione e all'Autorità per la protezione dei dati: cooperare per prevenire l'abuso di pratiche di micro-targeting durante le campagne elettorali; i dati pubblicati dalle piattaforme in relazione alla spesa della campagna dovrebbero poter essere confrontati con le relazioni presentate dai candidati.**
- **ai partiti politici: anche in assenza di regolamentazione, fornire dettagli circa la loro spesa per pubblicità politica online.**
- **alle piattaforme online: divulgare integralmente i criteri adottati nell'autoregolamentazione, nell'ambito della gestione della comunicazione politica.**

L'area **Inclusione Sociale** presenta un rischio medio (55%). Il risultato peggiore in questo settore è ancora legato al rischio elevato nell'accesso ai media per le donne. Sebbene sia stato registrato un miglioramento (dall'87% al 75%), questo passo in avanti è legato alle nuove nomine in Rai, mentre la situazione non è sostanzialmente mutata nel settore dei media privati. Inoltre, la ricerca fornisce nuove evidenze di stereotipi di genere nella rappresentazione dei media, dove le donne che sono raramente invitate e intervistate come esperte nei talk show e, più in generale, nella copertura mediatica.

Nonostante l'aumento della digitalizzazione nella vita sociale, negli anni della pandemia non sono stati fatti passi avanti verso il miglioramento delle competenze digitali e dell'alfabetizzazione mediatica. Le carenze in questi campi aumentano la vulnerabilità alla disinformazione e all'hate speech. In Italia non vengono sviluppate politiche contro la disinformazione, in particolare nell'ambito dell'alfabetizzazione mediatica.

L'accesso ai media per le minoranze è garantito alle minoranze linguistiche legalmente riconosciute, mentre migranti e rifugiati non hanno accesso a media che siano proporzionati alla loro presenza e privi di stereotipi.

### *Raccomandazioni*

- **allo Stato, alla concessionaria di servizio pubblico e all'industria dei media: promuovere la parità di genere sia nelle redazioni che nella governance delle imprese.**
- **agli attori dei media: contrastare gli stereotipi e promuovere una pari rappresentanza e presenza delle donne nella loro offerta.**
- **allo Stato: promuovere le politiche di alfabetizzazione mediatica, sia nelle scuole che tra gli adulti; adottare una politica dei media olistica, con cui affrontare la disinformazione e l'hate speech, sia online che offline.**

## 6. Note

- [1] ISTAT, Statistiche demografiche. <https://demo.istat.it/str2020/index.html>
- [2] ISTAT, Pil e indebitamento delle AP. <https://www.istat.it/it/archivio/266825>
- [3] Ministero dell'Economia e delle Finanze. <https://www.mef.gov.it/ufficio-stampa/comunicati/2022/LaCommissione-Europea-ha-versato-la-prima-rata-di-fondi-per-il-PNRR/>
- [4] Ministero dell'Economia e delle Finanze. <https://www.mef.gov.it/inevidenza/Approvato-il-Def-2022-lacrescita-al-3.1/>
- [5] L'Italia si è impegnata ad affrontare il problema della lentezza del sistema giudiziario con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (<https://www.mef.gov.it/focus/Il-Piano-Nazionale-di-Ripresa-e-Resilienza-PNRR/>)
- [6] Secondo dati più recenti, nel 2020 le richieste sono state 1.776 (62% ammesse), con un aumento del numero delle richieste di appello legato a presunti rigetti arbitrari o mancanza di risposte. Nel 45% dei casi gli appelli sono stati accettati. (<https://foia.gov.it/osservatorio/monitoraggio/articolo/monitoraggiosullattuazione-del-foia-2020>)
- [7] Si vedano: <https://www.openpolis.it/opportunita-e-limiti-del-foia-intervista-a-giulia-crescini/> e <https://transparency.it/foia4journalists>
- [8] Si vedano le dichiarazioni dell' Ordine dei Giornalisti e della Federazione Nazionale della Stampa Italiana: <https://www.odg.it/presunzione-dinnocenza-e-libertadinformazione-lordine-scrive-a-csm-e-pg-della-cassazione/42624> <https://www.fnsi.it/presunzione-di-innocenza-la-fnsi-scrive-alla-commissione-ue-con-lalegge-italiana-si-imbavaglia-la-stampa>
- [9] Si veda <https://www.anticorruzione.it/-/anac-news-il-whistleblowing-n.1#p2>
- [10] Si veda [https://www.interno.gov.it/sites/default/files/2022-05/report\\_intimidazioni\\_giornalisti\\_2021\\_0.pdf](https://www.interno.gov.it/sites/default/files/2022-05/report_intimidazioni_giornalisti_2021_0.pdf)
- [11] Si veda <https://www.ossigeno.info/in-italia-384-giornalisti-minacciati-nel-2021-ossigeno-ha-aggiornato-idati-di-dicembre/>
- [12] Si veda [https://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/18/DDLPRES/0/1078704/index.html?part=ddlpres\\_ddlpres1-articolato\\_articolato1](https://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/18/DDLPRES/0/1078704/index.html?part=ddlpres_ddlpres1-articolato_articolato1)
- [13] Con delibera 178/17/CONS, l'AGCOM ha affermato che le acquisizioni effettuate dal gruppo francese in Italia violavano la norma che vietava agli operatori delle comunicazioni elettroniche, che detengono più del 40% del settore delle comunicazioni elettroniche, di controllare più del 10% della SIC (art. 43 co. 11 d.lgs. 177/2005, TUSMAR) e ha condannato Vivendi a cessare l'acquisizione delle partecipazioni in Mediaset o in Telecom Italia entro 12 mesi. Vivendi ha ottemperato all'ingiunzione e, parallelamente, ha proposto ricorso dinanzi al Tribunale (Tribunale Amministrativo del Lazio), asserendo, tra l'altro, la violazione del principio della libertà di stabilimento sancito dall'art. 49 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea. Il tribunale amministrativo ha rinviato il caso alla CGUE.
- [14] Le soglie previste dall'art. 51 sono le seguenti: 20% del SIC; 50% di uno o più dei mercati che lo compongono (che abbassa le soglie, rispettivamente, al 10% del SIC e al 25% dei sottomercati per i soggetti che detengono più del 20% dei ricavi complessivi nei mercati della fornitura al dettaglio di servizi di comunicazioni elettroniche); 8% di SIC per le aziende che pubblicano uno o più quotidiani (ad eccezione di quelli che sono in modalità esclusivamente elettronica); per i giornali restano anche i limiti previsti dalla legge sull'editoria (67/1987, art.3, comma 1), in base al numero di copie distribuite: con un tetto del 20% a livello nazionale, e del 50% a livello nazionale livello macroregionale.
- [15] Si veda il Bollettino dell'AGCM n. 38, September 27th, 2021: AS1789 - Recepimento della direttiva UE

2018/1808 (Direttiva SMAV) (<https://www.agcm.it/dotcmsdoc/bollettini/2021/38-21.pdf>). Le disposizioni dello schema di decreto legislativo, oggetto dell'esame dell'AGCM, non sono mutate sostanzialmente nella versione finale dell'art. 51.

- [16] Il nuovo TUSMA è stato anche analizzato in un workshop, organizzato dal CMPF (7 aprile 2022), con accademici, rappresentanti dell'autorità di regolamentazione e stakeholders (<https://cmpf.eui.eu/event/regolazioneaudiovisivo-ecosistema-digitale/>). Il workshop è stato organizzato in due sezioni (La regolamentazione delle piattaforme di video sharing nel nuovo TUSMA; Aggiornamenti della normativa anti concentrazione e tutela del pluralismo dei media).
- [17] Alcune evidenze sono mostrate nell'articolo "Pagati a pezzo" su Il Post (<https://www.ilpost.it/charlie/pagati-a-pezzo/>) e raccolte dal progetto "Lo spioncino dei freelance" (<https://lospioncinodeifreelance.it/>)
- [18] Come ha sottolineato l'Ufficio Parlamentare di Bilancio (UPB), il salvataggio, con 2,5 miliardi di euro dal 2022 al 2035, è stato motivato dalla necessità di evitare il fallimento. L'UPB ha criticato il provvedimento, sottolineando che potrebbe rappresentare un "precedente pericoloso", in quanto "finisce per premiare ex-post il moral-hazard degli organismi di gestione e dei rappresentanti di categoria". (Ufficio Parlamentare di Bilancio, 2021, p.54) Si veda anche, Boeri e Perrotti, "Gli insostenibili privilegi delle pensioni dei giornalisti":<https://www.lavoce.info/archives/93177/gliinsostenibili-privilegi-per-le-pensioni-dei-giornalisti/>; Carlini, "Pensioni dei giornalisti: la cassa previdenziale torna sotto il controllo dello Stato":[https://ilbolive.unipd.it/it/news/pensioni-giornalisticassa-previdenziale-torna](https://ilbolive.unipd.it/it/news/pensioni-giornalisticassa-previdenziale-torna;); e Caizzi, "Inpgi, il regalo di Draghi all'élite dei giornalisti", <https://www.ilfattquotidiano.it/inedicola/articoli/2021/11/05/inpgi-il-regalo-di-draghi-allelite-dei-giornalisti/6380394/>
- [19] Si veda la tabella a pag. 62 dello studio. In questo importo sono comprese tutte le sovvenzioni dirette e indirette, mentre non è compreso il finanziamento pubblico del prepensionamento dei giornalisti, pur figurando tra le forme di sostegno pubblico al settore, per mancanza di dati comparabili.
- [20] Art. 10 "Testo unico dei doveri del giornalista", 2016; Decreto Legislativo n. 74/1992, di recepimento della Direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole; Art.23 Codice del consumo, n. 206/2005. Recentemente, gli artt. 43 e 44 D.Lgs. 208/2021 estendono ai fornitori di piattaforme video i principi generali delle comunicazioni commerciali audiovisive e radiofoniche
- [21] Si vedano <https://www.professionereporter.eu/2021/06/troppa-pubblicita-mascherata-da-articoli-due-exdelcorriere-contro-il-corriere/>;  
<https://www.ilpost.it/newsletter/82b1e46bd19c2f264a811ab60a4a93d8/> e  
<https://www.ilpost.it/newsletter/9aa71a844a5b477f55515237e6893ffd/>
- [22] Si segnala che, pur registrando un aumento del livello di rischio, l'Indicatore Regolazione dei contributi e del supporto pubblico ai media resta quello a rischio più basso nell'area dell'Indipendenza Politica (25%)
- [23] Si veda il testo unificato delle proposte di legge: <https://temi.camera.it/leg18/temi/conflitti-di-interessi.html>
- [24] Si veda "Silvio Berlusconi: Italy's great survivor plots a succession plan"  
<https://www.ft.com/content/40fabf64-e684-4772-9ac8-a96ec7e1ae1d>
- [25] <https://parlamento18.openpolis.it/parlamentare/antonio-angelucci/332670>
- [26] A differenza del passato, qualsiasi sanzione definitiva di un procedimento disciplinare può subire un serio aggravamento sulla base dei precedenti specifici verificatisi nel quinquennio precedente. Si veda [https://www.odg.it/wp-content/uploads/2020/11/Modifiche-al-TU-giornalisti\\_19\\_11\\_20-.pdf](https://www.odg.it/wp-content/uploads/2020/11/Modifiche-al-TU-giornalisti_19_11_20-.pdf)
- [27] In un webinar organizzato dall'Associazione della Stampa Romana nel marzo 2021, Fabio Martini de La Stampa, riferendosi ai talk show televisivi, ha affermato che "i giornalisti politici sbandierano e urlano a favore di una parte in gioco (...) di uno snaturamento della professione, di una

delegittimazione; ma è tradizione storica italiana uno stretto rapporto fra giornalisti e potere (politico, economico, culturale, sportivo), con l'indipendenza considerata una sorta di ingenuità". Nello stesso webinar, Alessio Falconio, direttore di Radio Radicale, ha aggiunto: "Capita ai giornalisti di essere invitati in tv per 'interpretare' una parte politica: 'Vieni e fai quello di sinistra'. L'informazione è schiacciata tra la comunicazione dei politici e lo show". Si veda <https://www.professionereporter.eu/2021/03/i-giornalisti-politici-fanno-il-tifo-nei-talk-show-e-hanno-lagente-ma-non-tutti/>

- [28] In questo contesto va sottolineato che la rappresentazione degli attori e delle istanze politiche tradizionalmente differisce tra i principali canali di servizio pubblico (Rai1, Rai2, Rai3)
- [29] Si veda "ddl Magi", che mira a regolamentare la fase della propaganda elettorale sulle piattaforme digitali, <https://www.camera.it/leg18/126?tab=&leg=18&idDocumento=2307>
- [30] Si vedano nel dettaglio le misure adottate nel settore editoriale nel contesto pandemico <https://temi.camerait.it/leg18/temi/le-misure-adottate-a-seguito-dell-emergenza-coronavirus-covid-19-per-il-settore-delleditoria.html>
- [31] Si veda il contenuto completo dell'appello su <https://www.primaonline.it/2021/05/11/324783/appello-al-parlamentoe-al-governo-per-una-iniziativa-organica-che-ridefinisca-lorizzonte-della-rai-firmato-da-118-intellettualiaccademici-e-manager/>
- [32] Questo è corroborato anche dall'incontro del novembre 2021 tra il presidente della Federazione nazionale della stampa italiana, Giuseppe Giulietti, e il nuovo segretario di Usigrai (Unione giornalisti Rai), Daniele Macheda, che ha confermato «il rinnovato impegno per liberare la Rai dall'influenza dei partiti, attraverso una legge di riforma del servizio pubblico modellata sulle sentenze della Corte Costituzionale, e il rinnovo del contratto di servizio.» (FNSI, 2021). Si vedano, inoltre, le Audizioni Informali nell'ambito dell'esame del D.Lgs. n. 1415 e congiunti (Riforma della RAI) di rappresentanti dell'ANICA; del Dott. Stefano Cuppi; del Prof. Roberto Zaccaria; del Prof. Giulio Enea Vigevani; del Prof. Mario Morcellini; del Dott. Stefano Balassone; della prof. Elda Brogi; della Prof.ssa Roberta Carlini; e di rappresentanti di Confindustria Radio e Tv ([https://webtv.senato.it/webtv\\_comm?video\\_evento=239319](https://webtv.senato.it/webtv_comm?video_evento=239319)), nonché delle Audizioni Informali di Usigrai, AFI (Associazione Italiana Fonografi), APA (Associazione Produttori Audiovisivi), Articolo 21, IFC (Italian Film Commission) (<https://www.radioradicale.it/scheda/653810/commissione-lavoripubblicicomunicazioni-del-senato-della-repubblica>)
- [33] Come dettagliato da OpenPolis (2021) in relazione ai 4 componenti scelte dal Parlamento, 2 sono stati eletti su proposta della componente "Giallorossa" del governo (Alessandro Di Majo del Movimento 5 stelle e Francesca Bria del Pd) e due su segnalazione dei partiti di centrodestra (Igor De Blasio della Lega e Simona Agnes di Forza Italia). L'accordo all'interno del centrodestra ha riguardato solo i partiti della maggioranza governativa.
- [34] Si veda <https://mapaccess.uab.cat/accessometer/country/IT>
- [35] Si vedano [https://www.agcom.it/documents/10179/5284245/Allegato\\_26-7-2021/345bd439-2391-4744-bf67-70fe734d109c?version=1.0](https://www.agcom.it/documents/10179/5284245/Allegato_26-7-2021/345bd439-2391-4744-bf67-70fe734d109c?version=1.0) e Bilancio di sostenibilità RAI: [https://www.rai.it/bilanciadisostenibilita2020/themes/custom/rair20/attachments/rai\\_bilancio\\_sostenibilita\\_2020.pdf](https://www.rai.it/bilanciadisostenibilita2020/themes/custom/rair20/attachments/rai_bilancio_sostenibilita_2020.pdf)
- [36] Si veda "Viaggio nell'Italia dei nuovi padroni dei media", Domani, 14 Febbraio 2022
- [37] Dolomiten, con 3.088.498,02 euro nel 2020. Si veda Santoro (2022), il quale rileva che un unico media "riceve il 54% del totale dei sussidi statali destinati a quei media che sono espressione di minoranze linguistiche, e il 7,9% del totale dei contributi diretti. Una situazione che è l'esatto opposto del principio di pluralismo che questi contributi dovrebbero tutelare".
- [38] Una ricerca recente, condotta da CORECOM Puglia, aiuta nel suo offrire un quadro più ampio. La

ricerca, condotta a livello locale, conferma la segregazione delle donne nelle "soft news", e la bassa percentuale di notizie che vedono una donna come protagonista.

- [39] Secondo l'OCSE PIACC, gli adulti italiani presentano un livello significativamente al di sotto della media in termini di alfabetizzazione (Italia, 250; media OCSE, 266). Risultati simili emergono dai risultati OCSE-PISA per quanto riguarda i test di alfabetizzazione dei giovani studenti. In questi test, ci sono due domande specifiche che valutano l'alfabetizzazione mediatica: 1) Lettura di un testo per distinguere i fatti dalle opinioni (Italia, 40; media OCSE, 47,4); 2) Accesso alla formazione su come rilevare informazioni distorte a scuola (Italia, 49; media OCSE, 54,5)
- [40] Una delle fake news sul COVID-19 che ha avuto un'alta diffusione anche fuori dall'Italia (si trattava del numero di morti per contagio) proveniva da un mezzo tradizionale, il quotidiano con sede a Roma Il Tempo, ma ha avuto una diffusione massiccia grazie alla sua diffusione sui social network (si veda <https://pagellapolitica.it/artic-oli/nel-mondo-sta-circolando-la-bufala-dei-soli-3-783-morti-di-covid-19-initalia>)
- [41] Il video faceva parte di un'inchiesta giornalistica, intitolata "Follow the money" (relativa al finanziamento della Lega). La rimozione è stata disposta dal Tribunale di Roma, a seguito della querela di uno dei soggetti coinvolti, che è il Comandante in Capo della Guardia di Finanza militare, e tale rimozione è stata fermamente condannata dai sindacati e dalle associazioni di giornalisti. Tre giorni dopo la rimozione è stata revocata. (si veda <https://www.fnsi.it/il-tribunale-sequestra-pagine-di-fanpage-fnsi-e-sugcgravissimo-einaccettabile>)
- [42] Si veda il report governativo [https://www.interno.gov.it/sites/default/files/2022-05/report\\_intimidazioni\\_giornalisti\\_2021\\_0.pdf](https://www.interno.gov.it/sites/default/files/2022-05/report_intimidazioni_giornalisti_2021_0.pdf). Per gli attacchi online a giornaliste donne, si veda: <https://www.retecontrolodio.org/2021/05/10/odioonlinefocus-sulle-giornaliste/> and <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/InterviewingJournalismII.-Needs-and-gaps-in-support-for-women-and-local-journalists>
- [43] Si veda AGCM A542, Google nel mercato italiano del display advertising <https://www.agcm.it/dotcmsdoc/bollettini/2021/43-21.pdf>; e IP330 - Sanzione a Facebook per 7 milioni [https://www.agcm.it/dotcmsdoc/allegati-news/IP330\\_chiusura.pdf](https://www.agcm.it/dotcmsdoc/allegati-news/IP330_chiusura.pdf)
- [44] Il regolamento, dovuto entro 60 giorni dalla pubblicazione del D.Lgs. 177/2021, non era ancora stato emanato al momento della raccolta dei dati per questo rapporto (aprile 2022).
- [45] Si veda AGCM AS1789, Bollettino n. 38 27 settembre 2021 (<https://www.agcm.it/dotcmsdoc/bollettini/2021/38-21.pdf>). Per una revisione critica del recepimento italiano della Direttiva Europea sul Copyright, si veda anche Saetta (2022).
- [46] Si veda <https://home.treasury.gov/news/press-releases/jy0419>
- [47] Luca Sofri, fondatore e direttore de Il Post, riferisce che il 55% dei loro ricavi proviene dagli abbonamenti; 35% dalla pubblicità; 10% altro. Si veda l'intervista su Ellissi: <https://ellissi.email/2022/02/04/il-post-luca-sofri-intervista-2022/>
- [48] In alcuni casi i contratti per gli outlets digitali vengono firmati con FNSI (il sindacato dei giornalisti), in altri casi no. Citynews, il primo editore digitale, è stato multato per condotta antisindacale; nel 2021 ha firmato un nuovo contratto, con un sindacato minore. (Si veda Domani, 14 febbraio 2022, "Quei contratti a costi ridotti dei media digitali").
- [49] Si veda "Impegni assunti dalle società esercenti le piattaforme on line per garantire la parità di accesso dei soggetti politici alle piattaforme digitali durante la campagna elettorale": <https://www.agcom.it/documents/10179/19601687/Documento+generico+05-08-2020+1597742697668/834379a2-a160-4567-8277-8001ccd94177?version=1.0>
- [50] Si veda

[https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/uploadfile\\_commissione\\_trasparenza/pdfs/000/000/018/CRP\\_Relazione\\_28042022.pdf](https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/uploadfile_commissione_trasparenza/pdfs/000/000/018/CRP_Relazione_28042022.pdf)

- [51] Facebook ha anche tentato di limitare le interferenze straniere nella propaganda online
- [52] Istituito nel 2019, l'Osservatorio ha stimato la percentuale di disinformazione (utilizzando il contributo di fact-checkers) e le sue principali tematiche. Qui l'ultimo numero: <https://www.agcom.it/documents/10179/4691489/Allegato14-7-2020/718e2d6d-3ee3-4752-9a58-4e184d4d2924?version=1.0>
- [53] Ultimi dati disponibili, OSCE-ODIR, <https://hatecrime.osce.org/index.php/italy>
- [54] Si veda <http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-6/>

## 7. Bibliografia

AGCOM (2021a). Relazione annuale 2021 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro.

<https://www.agcom.it/documents/10179/23560628/Documento+generico+26-07-2021/32d25996-0a6b-4e0b-a303-0c1e9152e4cc?version=1.1>

AGCOM (2021b). Sistema Integrato delle Comunicazioni. Risultato del processo di

valutazione. <https://www.agcom.it/documents/10179/21466296/Allegato+21-1-2021/7779c79b-ae01-4a9c-838b-8b37a7f0a1b8?version=1.0>

AGCOM (2021c). Sistema dell'informazione: documento conclusivo della prima fase della consultazione pubblica.

<https://www.agcom.it/documents/10179/22074864/Documento+generico+05-03-2021/74d52b09-43ed-43fd-9571-2c4c2d93111b?version=1.0>

AGCOM (2022a). Osservatorio sulle comunicazioni n.

1/2022.

<https://www.agcom.it/documents/10179/26662003/Documento+generico+22-04-2022/8a827676-223a-4e23-ae3c-023f19176288?version=1.2>

AGCOM (2022b). Focus bilanci editoria quotidiana e periodica.

<https://www.agcom.it/documents/10179/25831193/Documento+generico+28-01-2022/476e5d2a-5812-436f-9f7e-00ab2e8b6f4b?version=1.0>

Allegri, M. R. (2020). Oltre la par condicio. Comunicazione politico-elettorale nei social media, fra diritto e autodisciplina, Milano, Franco Angeli, 2020. *Rivista italiana di informatica e diritto*. 2, 2 (lug. 2020)

Apa, E. (2021). *Sic et non: nel caso Vivendi la Corte di giustizia censura le incongruenze della disciplina italiana a tutela del pluralismo dell'informazione*, in MediaLaws, 5 March 2021. Available at: <https://www.medialaws.eu/sic-et-non-nel-caso-vivendi-la-corte-di-justizia-censura-le-incongruenze-della-disciplina-italiana-a-tutela-del-pluralismo-dellinformazione/>

Article 19 (2021). Italy: Defamation laws must be

reformed. <https://www.article19.org/resources/italy-decision-of-constitutional-court-on-prison-for-journalists/>

Azzalini, M., and Padovani, C. (2021). Who makes the news? Global Media Monitoring Project - Italy.

<https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Italy-Report-GMMPrev2.pdf>

Banca d'Italia (2022), Bollettino economico nn.

1-2. <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/bollettino-economico/index.html>

Balestra, M.F., Antoniazzi, L., Horgan, C. (2021, July 20). *AgCom publishes the Resolutions defining the new obligations for online search engines and online intermediaries*. Bird & Bird.

<https://www.twobirds.com/en/news/articles/2021/italy/pubblicate-le-delibere-agcom-nuovi-obblighi-per-motori-di-ricerca-e-intermediari-online>

Brevini, B. Fanucci, F. (2013). *Transparency of media ownership - The legal Framework: Italy*, Access Info Europe

Brogi, E., and Carlini, R. (2021). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era. Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia & Turkey in the year 2020. Country report: Italy. Research Project Report Issue 2021.2824. July 2021.

European University Institute. Available at:

[https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71951/italy\\_results\\_mpm\\_2021\\_cmpf.pdf?sequence=4](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71951/italy_results_mpm_2021_cmpf.pdf?sequence=4)

Cappello M. (ed.) (2020). Media pluralism and competition issues, IRIS Special, European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/iris-special-1-2020en-media-pluralism-and-competition-issues/1680a08455>

Caterina, E. (2021). La comunicazione elettorale sui social media tra autoregolamentazione e profili di diritto costituzionale. Osservatorio sulle fonti n. 3/2021.t <http://www.osservatoriosullefonti.it>

Commissione di Venezia (2005), Conclusioni del parere sulla compatibilità delle leggi italiane "Gasparri" e



"Frattoni" con gli standard del Consiglio d'Europa in materia di libertà di espressione e pluralismo dei media [https://www.venice.coe.int/WebForms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2005\)017-ita](https://www.venice.coe.int/WebForms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2005)017-ita)

CORECOM (2020). La tutela delle minoranze linguistiche nella comunicazione.

Cornia, A., Digital News Report – Italy. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/italy>

Dipartimento per l'informazione e l'editoria (2021). "Il sostegno all'editoria nei principali paesi d'Europa". [https://www.informazioneeditoria.gov.it/media/3613/il-sostegno-all\\_editoria-nei-principali-paesi-d\\_europa.pdf](https://www.informazioneeditoria.gov.it/media/3613/il-sostegno-all_editoria-nei-principali-paesi-d_europa.pdf)

Freedom House (2021). Freedom on the Net - Italy. <https://freedomhouse.org/country/italy/freedom-net/2021#B>

FNSI (2021). Servizio pubblico, Fnsi e Usigrai «insieme per liberare la Rai dai partiti». <https://www.fnsi.it/servizio-pubblico-fnsi-e-usigrai-insieme-per-liberare-la-rai-dai-partiti>

Giomi, E. (2022). Pluralismo informativo, come tutelarlo nell'era digitale, Agenda digitale. <https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/giomi-agcom-pluralismo-informativo-come-tutelarlo-nellera-digitale/>

Grandinetti, O. (2022). La tutela del pluralismo nel nuovo Testo unico sui servizi di media audiovisivi , in MediaLAWS. [https://www.medialaws.eu/wp-content/uploads/2022/05/paper4\\_grandinetti.pdf](https://www.medialaws.eu/wp-content/uploads/2022/05/paper4_grandinetti.pdf)

INPGI (2020). Rapporto sulle dinamiche occupazionali nel settore giornalistico. <http://www.inpgi.it/sites/default/files/Inpgi%20-%20Studio%20comparato%20occupazione%20giornalisti%20-%20Italia-UE%202020%20%E2%80%93%201%2010%202020.pdf>

INPGI (2022). Bilancio consuntivo 2021. Relazione della presidente. [https://inpginotizie.it/wp-content/uploads/2022/05/3.-RELAZIONE-PRESIDENTE-CONSUNTIVO-2021-AGO\\_22.04.22.pdf](https://inpginotizie.it/wp-content/uploads/2022/05/3.-RELAZIONE-PRESIDENTE-CONSUNTIVO-2021-AGO_22.04.22.pdf)

ISTAT (2022). Rapporto BES 2021. <https://www.istat.it/it/archivio/269316>

ISTAT-ISS (2022). Impatto dell'epidemia COVID-19 sulla mortalità totale della popolazione residente. <https://www.istat.it/it/archivio/266865>

Maglia, Eleonora (2020). Donne & giornalismo: un'importante dimensione della disuguaglianza di genere. <https://www.eticaeconomia.it/donne-giornalismo-unimportante-dimensione-della-disuguaglianza-di-genere/>

Mediobanca (2022), Il settore Media and Entertainment tra pandemia e digitalizzazione. Milan, 2nd February 2022. <https://www.areastudimediobanca.com/it/product/mediaentertainment-report-2022-ed>

Minervini, L. F. and Piacentino, D. (2021). *The Selection of Regulators, or, the Political Economy of Regulation in Italy*. L'industria, Rivista di economia e politica industriale 1/2021, pp. 123-147, doi: 10.1430/98709

Open Polis (2021). Come vengono nominati i vertici Rai. [openpolis.it. https://www.openpolis.it/parole/come-vengono-nominati-i-vertici-rai/](https://www.openpolis.it/parole/come-vengono-nominati-i-vertici-rai/)

Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa (2022). Who is afraid of journalists? Report of the MFRR fact-finding mission to Italy 4-6 April 2022. <https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2022/05/Report-Italy-Mission.pdf>

Palandri, S. (2019). Il posto delle donne nelle notizie. inGenere.it. <https://www.ingenere.it/articoli/il-posto-delle-donne-nelle-notizie>

Puppis, M. and Pedrazzi, S. (2020). Ländervergleich Onlinemedienförderung: Ergänzungsbericht. Bericht zuhanden des Bundesamts für Kommunikation. Universität Freiburg

Ranaivoson, H., Rossi, L. A., Stasi, M. L., Afilipoaie, A., Domazetovikj, N., Meiring, A., Poort, J., Borges, D., Trevisan, M., Verza, S. (in via di pubblicazione). *Assessment of effectiveness of measures and methods concerning market concentration in the media sectors*. In *Study on media plurality and diversity online*. [manoscritto presentato per la pubblicazione]. European Commission, Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology.

Saetta, B. (2022). La Direttiva Copyright diventa legge degli Stati europei. Valigia Blu. <https://www.valigiablue.it/direttiva-copyright-legge-stati-europei/>

- Santoro, P. (2022). Nel 2020 il 6% dei quotidiani ha ricevuto il 55% dei contributi statali. DataMediaHub. <http://www.datamediahub.it/2022/01/17/nel-2020-il-6-dei-quotidiani-ha-ricevuto-il-55-dei-contributi-statali/#axzz7Jtqb83lZ>
- Santoro, P. (2021). In due anni più che raddoppiati i contributi all'editoria. DataMediaHub. <http://www.datamediahub.it/2021/12/27/i-due-anni-piu-che-raddoppiati-i-contributi-al-editoria/#axzz7l1NTrlTE>
- Schulz, W., Valcke, P., Irion, K. (2013). *The Independence of the Media and its Regulatory Agencies*. Intellect Books.
- Serra, M. (2021). I candidati sindaco che investono di più in Facebook Ads. youtrend.it. <https://www.youtrend.it/2021/10/01/i-candidati-sindaco-che-investono-di-piu-in-facebook-ads/>
- Ufficio Parlamentare di Bilancio (2021). Audizione del Presidente dell'Ufficio Parlamentare di Bilancio nell'ambito delle audizioni preliminari all'esame del disegno di legge di bilancio per il 2022. Commissioni congiunte 5 a del Senato della Repubblica (Bilancio) e V della Camera dei deputati (Bilancio, Tesoro e Programmazione). <https://www.upbilancio.it/wp-content/uploads/2021/11/Audizione-UPB-DDL-bilancio-2022.pdf>
- USIGRai (2021). Nomine RAI decise a Palazzo Chigi? Siamo alla TV di Stato. usigrai.it. <http://www.usigrai.it/nomine-decise-a-palazzo-chigi-siamo-alla-tv-di-stato/>
- Verza, S. (2017) *Italy: a case endangering journalists' rights to report and protect their sources*. Global Freedom of Expression, Columbia University.
- Zaccaria, R., Valastro, A. and Albanesi, E. (2021), *Diritto dell'informazione e della comunicazione*. Milan, Wolkers Kluwer - CEDAM.

## APPENDICE I. GRUPPO DI RICERCA

Nome	Cognome	Posizione	Istituzione	MPM2022 CT Leader
<i>Roberta</i>	<i>Carlini</i>	<i>Ricercatrice</i>	<i>Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute</i>	X
<i>Matteo</i>	<i>Trevisan</i>	<i>Researcher</i>	<i>Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute</i>	
<i>Elda</i>	<i>Broggi</i>	<i>Coordinatrice scientifica</i>	<i>Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute</i>	

## APPENDICE II. GRUPPO DI ESPERTI

Il Gruppo degli esperti è composto da specialisti con una approfondita conoscenza e riconosciuta esperienza nel campo dei media. Il ruolo del Gruppo degli Esperti è stato quello di revisionare le risposte date dai gruppi di ricerca nazionali relativamente a 16 delle 200 variabili di MPM2022. Il coinvolgimento di esperti riconosciuti ha lo scopo di massimizzare l'oggettività di risposte date alle variabili la cui valutazione presenta maggiori elementi di soggettività, in tal modo assicurando l'accuratezza dei risultati finali. Tuttavia, è importante sottolineare che il rapporto finale non riflette necessariamente i punti di vista individuali degli esperti che hanno contribuito alla revisione, ma rappresenta esclusivamente le conclusioni tratte dai gruppi di ricerca locali che lo hanno scritto dopo aver realizzato la raccolta dei dati.

Nome	Cognome	Posizione	Istituzione
<i>Giovanni</i>	<i>Gangemi</i>	<i>Funzionario, Servizi media</i>	<i>Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)</i>
<i>Isabella</i>	<i>Splendore</i>	<i>Responsabile Dipartimento legale e affari internazionali</i>	<i>Federazione italiana editori giornali (FIEG)</i>
<i>Vittorio</i>	<i>Di Trapani</i>	<i>Segretario nazionale USIGRAI - Vicepresidente FNSI</i>	<i>Federazione nazionale stampa italiana (FNSI)</i>
<i>Rosa</i>	<i>Cavallaro</i>	<i>Officer - Audiovisual Content Directorate</i>	<i>Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)</i>
<i>Marina</i>	<i>Pietrangelo</i>	<i>Researcher</i>	<i>Istituto di teoria e tecniche dell'informazione giuridica - Consiglio nazionale delle Ricerche</i>
<i>Claudia</i>	<i>Mazzola</i>	<i>Direttrice dell'ufficio studi</i>	<i>RAI</i>
<i>Tommaso</i>	<i>Canetta</i>	<i>Vicedirettore</i>	<i>Pagella Politica</i>
<i>Lorenzo</i>	<i>Chiriatti</i>	<i>Group General Counsel</i>	<i>register S.p.A.</i>

**Rapporto del progetto di ricerca**

Volume/Numero -

Luglio 2022

doi:10.2870/272589

ISBN:978-92-9466-289-7

QM-07-22-556-IT-N



Publications Office  
of the European Union

