

4. I nodi della regolazione e la necessità di una riforma più ampia

Il quadro sinteticamente descritto dà conto di un mercato digitale in forte fase evolutiva, non solo per il moltiplicarsi dei soggetti da disciplinare, quanto per la natura trasversale degli attori in campo: si tratta infatti di soggetti che rispetto al classico mercato *broadcast* a due versanti, si muovono in maniera fluida passando dalla produzione di servizi a quella di contenuti e dando vita a mercati multi- versanti. Tale scenario si presenta come un complesso ecosistema, ancora instabile, le cui regole vanno ripensate per consentire di raggiungere un equilibrio flessibile che garantisca la crescita complessiva del sistema attraverso dinamiche concorrenziali improntate alla *fair competition*, nonché strumenti e politiche di tutela del cittadino/utente.

Ciò comporta l'esigenza di sciogliere alcuni nodi della regolazione per addivenire ad una piena convergenza e ad una piena concorrenza del nuovo mondo digitale.

In questo senso, le principali criticità che si riscontrano oggi nel nuovo ecosistema digitale, possono essere sinteticamente riassunte nei seguenti punti:

1. *Level playing field* ovvero il tema di una tendenziale omogeneità di regole cui sottoporre gli OTT e i *broadcaster* tradizionali, allorché essi competono sui medesimi mercati (pubblicità, utenti, diritti tv).

Quando soggetti differenti, sottoposti a regole diverse, competono sugli stessi mercati, vi è il serio rischio di un'alterazione della concorrenza. Appare quindi giustificato procedere ad una riconsiderazione di fondo del regime giuridico dei servizi audiovisivi nel nuovo contesto di mercato, sia in ambito comunitario che in quello nazionale. E' un concetto che, ancora una volta, mi piace esprimere con le parole della Risoluzione del Parlamento Europeo del marzo 2014 sugli scenari della convergenza nel mondo audiovisivo, allorché si chiede alla Commissione UE "di intraprendere una valutazione di impatto per valutare se, alla luce delle evoluzioni dell'insieme dei servizi dei media audiovisivi, il campo di applicazione della direttiva SMA continui ad essere pertinente".

Al riguardo, ritengo da un lato matura una riflessione sulla esigenza di interventi proporzionati, finalizzati ad applicare ai differenti mezzi trasmissivi le tutele minime del settore audiovisivo, con particolare riferimento alle esigenze di tutela di specifici interessi (minori e consumatori in particolare) ed alla promozione della cultura e dell'identità europea. Dall'altro, ribadisco l'esigenza di rimodulare gli strumenti normativi allo scopo di impedire asimmetrie tra operatori e garantire le migliori condizioni di competitività e concorrenza.

2. Walled garden ovvero il rischio di discriminazione nell'accesso ai contenuti.

Le strategie dei produttori di smart-TV appaiono prevalentemente orientate verso la realizzazione di un modello "chiuso" basato sullo sviluppo di interfacce proprietarie. Coloro che creano le piattaforme e/o gestiscono i portali hanno il potere di decidere a monte quali contenuti veicolare e a quali di essi garantire priorità, attraverso le funzioni di filtraggio e ricerca. La scelta del modello chiuso potrebbe essere in grado di condizionare concretamente l'offerta audiovisiva accessibile tramite le tv connesse.

E' un meccanismo che abbiamo già visto all'opera nel mondo delle applicazioni per la telefonia mobile.

Nel campo dei media, però, non si tratta di stabilire quale sia il miglior programma di mappe o il miglior videogioco, perché bisogna tutelare il superiore interesse del pluralismo dell'informazione e dell'agibilità dell'accesso di tutti i cittadini ai contenuti trasmessi.

Necessità di aggiornare il concetto di "responsabilità editoriale" Secondo la Direttiva, oramai risalente al 2007, i servizi media audiovisivi, sia che si tratti di trasmissioni lineari sia che si tratti di trasmissioni non lineari, sono garantiti da un soggetto - il fornitore di servizi media - su cui grava il concetto di "responsabilità editoriale". La responsabilità editoriale dunque individua il soggetto tenuto a determinati obblighi, mentre al netto di questa responsabilità,

attribuita a tutela dei cittadini-consumatori, diventa difficile per il regolatore attuare azioni positive nei confronti di soggetti che pur operando nel settore della comunicazione - inteso in senso economico - si trovano in un'area grigia della regolazione. Il canone della responsabilità editoriale, che costituisce uno dei tratti fondanti dell'industria audiovisiva, tende a sfumare, assumendo contorni incerti, nel mondo della rete, sia essa veicolo di informazione che di contenuti audiovisivi. Si tratta di un tema di enorme delicatezza, con implicazioni che afferiscono alla sfera dei principi costituzionali, e sui quali, non a caso, anche la giurisprudenza è apparsa ancora piuttosto incerta. Non possiamo ignorarne l'esistenza.

La maggior parte delle questioni elencate non può essere risolta in autonomia dal regolatore, ma deve trovare soluzione nel quadro normativo primario e, *in primis*, a livello europeo.

In ogni caso è evidente che il nuovo ecosistema digitale e la sua complessità, non possono essere governati secondo le regole e gli schemi propri della realtà analogica. Tentare di applicare, in via interpretativa, le norme esistenti alle nuove piattaforme, è una soluzione complicata, vista la natura sovranazionale dei fenomeni in essere, e che rischia di non tradursi in garanzie concrete per gli operatori concorrenti e per gli utenti utilizzatori dei nuovi servizi.

Sia a livello europeo che nazionale appare pertanto necessaria una riconsiderazione di fondo del regime giuridico esistente, con l'obiettivo di realizzare quella piena "convergenza normativa" che la nuova realtà digitale/multiplatforma richiede.

Nelle more l'Agcom sta effettuando, come ho cercato di dimostrare, un'attenta attività di studio ed analisi dei fenomeni in atto e si propone quale sede stabile di interlocuzione e confronto con il mercato e con le istituzioni interessate.