

PROPOSTA DI LEGGE
DI INIZIATIVA DEL DEPUTATO
MARAZZITI

**DISPOSIZIONI IN MATERIA DI RIFORMA DEI CRITERI DI NOMINA DEGLI AMMINISTRATORI
DELLA RAI – RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA, ABOLIZIONE DEL CANONE DI
ABBONAMENTO ALLE RADIOAUDIZIONI E ALLA TELEVISIONE E ISTITUZIONE DEL CONTRIBUTO
PER LA PUBBLICA EDITORIA E LE RADIO-TELECOMUNICAZIONI NONCHÉ DELEGA AL
GOVERNO PER IL COORDINAMENTO NORMATIVO.**

ONOREVOLI COLLEGHI! – Il sistema radiotelevisivo, nell’età digitale, continua a rappresentare un luogo centrale, sempre in evoluzione, del sistema-paese. Il sistema radiotelevisivo pubblico permane come la più vasta industria culturale del Paese e in tempi di grande cambiamento è uno snodo di particolare importanza per accompagnare i cittadini nella globalizzazione senza smarimenti e come volano indispensabile, assieme alle altre grandi agenzie educative, per la crescita del senso di appartenenza nazionale, del rispetto delle diversità culturali, sociali, generazionali, linguistiche, etniche, politiche all’interno di un comune ethos nazionale, capace di valorizzare l’Italia e i cittadini italiani, in Italia e all’estero, in tutte le loro potenzialità. Per questo il presente d.d.l. intende intervenire e innovare rispetto alla normativa esistente, regolata dalla legge n.112 del 3 maggio 2004 ridefinendo in particolare la *governance*, il ruolo dei cittadini e del Parlamento, dell’azionista e le forme di finanziamento della RAI Radiotelevisione Italiana, per garantirne la capacità di innovazione e di pluralismo, la capacità di competere sul terreno della convergenza tra le piattaforme, dell’innovazione e dell’offerta con altri soggetti sul mercato interno e internazionale, a vantaggio dell’intero sistema radio-televisivo e delle telecomunicazioni. Anche al fine di migliorare il rapporto tra televisione pubblica e cittadini, coniugando le esigenze di centralità del Parlamento nella garanzia del pluralismo e le ragioni dell’indipendenza della cultura e dell’informazione da qualunque impropria dipendenza dall’azione politica.

L’Italia è caratterizzata da un sistema di concorrenza radiotelevisiva a grande rigidità, un duopolio imperfetto, che ha rallentato la crescita di un mercato innovativo e maturo dell’audiovisivo. La televisione pubblica, come quella commerciale di qualità, rappresentano da tempo il principale volano di sostegno e incoraggiamento dell’innovazione, come pure della crescita delle professionalità nel mercato audio-visivo, anche di giovani e piccoli soggetti. In un recente passato, a causa dell’andamento dei mercati, si sono però consolidate distorsioni e penalizzazioni involontarie del mercato, con meno operatori nel Sud Italia (la maggior parte dei soggetti privati che collaborano con il servizio pubblico radiotelevisivo sono dislocati al centro-Nord del Paese): questo ha prodotto omogeneizzazione dell’offerta, creando un eccesso di somiglianza tra tv commerciale e tv pubblica. Si è anche registrato a più riprese il tentativo di bilanciare forme di predominanza di uno dei soggetti in campo, ma ripetutamente dalla società civile più avvertita e anche dal parlamento si sono levate voci a richiedere nuove modalità in grado di ridurre un eccesso, a fasi alterne, di “ingerenza della politica” o dei “partiti” – peraltro in una fase di transizione tuttora in corso - nel servizio pubblico.

Questo ha assorbito la maggior parte degli sforzi del sistema politico, enfatizzando gli aspetti dell’attenzione all’uso “politico” della televisione, riducendo dibattito, priorità e investimenti sul lato della qualità del servizio pubblico radiotelevisivo e sul servizio pubblico nel suo complesso. L’assenza di un indice di qualità/gradimento dei programmi, l’assenza di una commissione indipendente sulla qualità dei programmi, il ruolo dell’Auditel, sono tra i fattori che hanno contribuito all’omologazione del prodotto televisivo e a passi indietro, anche nella percezione comune, della funzione di servizio pubblico, nonostante significativi esempi di segno contrario.

Contemporaneamente, trent’anni di televisione commerciale a livello planetario hanno formato il gusto medio e gli stili di vita del Paese, aprendo anche a fenomeni come la “videocrazia”, o la “tele democrazia” che rappresentano altrettante tentazioni plebiscitarie dei processi democratici, incoraggiando una idea di democrazia come mera “dittatura della maggioranza”, senza pesi e contrappesi. Le grandi innovazioni tecnologiche, l’affermarsi dei *social media*, sempre più convergenti anche con l’informazione e la comunicazione radio-televisiva, hanno fatto crescere la domanda di indipendenza e trasparenza, assieme a una richiesta di partecipazione diretta che non è immune da pratiche plebiscitarie e che, mentre indica un bisogno, sembra non avere incontrato ancora risposte adeguate, in grado di garantire anche i cittadini meno “connessi” alla Rete e quanti

esprimono con voce sommessa, per motivi generazionali o per scelta, il bisogno di intrattenimento, competenza e informazione la cui offerta è precipua responsabilità democratica.

In questo quadro acquista particolare rilievo il “servizio pubblico”, autentico bene comune. Esso è la chiave di volta della qualità dell’offerta radiotelevisiva. Costituisce, infatti, un sano ampliamento della concorrenza e dell’accesso di più soggetti al mercato radio-televisivo e digitale, alle frequenze e alla banda larga e, in tal modo, alla vita sociale.

In Europa, al contrario degli Stati Uniti e altri Paesi extra-europei, la televisione è nata e si è sviluppata prevalentemente come servizio pubblico, con una grande funzione pedagogica e di unità nazionale, quella degli inizi. Questo bisogno e questa responsabilità, in forme nuove, appaiono parte integrante della sfida di sistema dell’intero servizio radio-televisivo pubblico. “Informare”, “educare” e “divertire” rimangono il centro della missione di un servizio pubblico radio-televisivo maturo, italiano come europeo, e l’ampia diffusione culturale. A causa della differenza di regole e linguaggi televisivi e delle rapide trasformazioni, la vocazione “culturale” del servizio pubblico ha finito per metter in difficoltà il servizio pubblico stesso che è, in maniera ricorrente, in una fase di ricerca di moduli competitivi, di successo, capaci anche di comunicare alle fasce più svantaggiate della popolazione, e, al tempo stesso di incontrare il favore generalizzato del pubblico e larghe audience. Una larga letteratura su “cultura alta” e “cultura bassa” mostra una difficoltà antica, che oggi si tramuta nella sfida di una “cultura di massa” che non sia solo manovrata da gruppi economici che, per loro natura, seguano prevalentemente o esclusivamente fini di profitto. E’ questa una delle sfide del servizio pubblico e ragione centrale della sua stessa esistenza e necessità, perno della democrazia del Paese, tanto dal lato della fruizione che da quello della produzione e dell’offerta: non possono dipendere soltanto dalle disponibilità di capitale e dal controllo del mercato, pena la caduta di un diritto di ogni cittadino, come individuo e come associato, e la perdita di contrappesi nella formazione dell’opinione pubblica e nella coesione nazionale, penalizzando o impoverendo la stessa funzionalità democratica.

Il ruolo prevalentemente pedagogico della televisione pubblica di prima generazione, unidirezionale, come continuazione della pubblica istruzione, appare da tempo non più proponibile in senso stretto per il servizio pubblico. Ma la sfida di rappresentare un potente strumento di cultura di massa, unità del Paese, innovazione e interazione democratica, non unidirezionale, non dominata solo da logiche di mercato, né dalle forze politiche di volta in volta prevalenti, ma attenta essa stessa alla dimensione “sociale” del mercato fino ad esserne elemento pro-attivo, è quanto mai attuale. Gli esempi di capacità del servizio pubblico di rappresentare e creare eventi culturali rappresenta una indicazione importante delle potenzialità inespresse della TV contemporanea. E’ da queste sfide che viene la necessità di innovare dispositivi e quadro di riferimento della legge vigente.

Nel contempo, il servizio pubblico – mentre rappresenta una eccellenza per asset, capacità di penetrazione, solidità di mercato, capacità produttive a fronte delle risorse disponibili nel concerto delle emittenti pubbliche europee - appare oggi più libero, nella fluidità della globalizzazione, di rappresentare il *made in Italy* in maniera adeguata, come protagonismo e filtro a colonizzazioni culturali o semplicemente commerciali: nel gusto, nella moda, nell’arte, nella valorizzazione territoriale e produttiva del Paese e dell’Italia come “terra”, negli stili di vita e nelle tradizioni culturali radicate nella storia e nella ricchezza dei “cento campanili” e vicende territoriali. Anche, più di quanto avviene ed è possibile, a sostegno anche dell’industria cinematografica e audiovisiva che rappresenta altrettanta eccellenza contemporanea. Il “servizio pubblico” può essere un volano internazionale del *made in Italy*, e dell’Italia all’estero (TV internazionale non solo per gli italiani all’estero, ma l’Italia all’estero) e del sistema-Paese se si pone mano ai correttivi necessari nella nuova grande transizione mondiale.

Nell'era della digitalizzazione e della produzione e fruizione non più analogica, nell'era del web e della crescita di una fruizione non solo generalista, ma "cult" e tematica, il "servizio pubblico" mantiene una centralità e rimane un *asset* strategico, irrinunciabile e non solo importante per l'Italia. Perché occorre conservare un'area di produzione e diffusione culturale non sottoposta totalmente alle leggi del marketing, e il pluralismo non è la mera giustapposizione di più soggetti, politici o commerciali, che possono pure operare differenziandosi, ma che rischiano di essere varianti del medesimo pensiero e visione del mondo. Questo non rappresenta in maniera profonda né il bisogno di pluralismo, indipendenza e varietà che è costitutivo della radio-televisione e delle comunicazioni di qualità, né corrisponde ai bisogni profondi – e non indotti in maniera artificiale o temporanea – della cittadinanza.

Il servizio pubblico radiotelevisivo rimane centrale nella crescita di una democrazia matura, anche in tempi in cui la complessità aumenta assieme alla domanda di semplificazione, ponte e canale di interazione con altri media e piattaforme, web, carta stampata, telefonia e cinema, indipendentemente dalla forma di fruizione audio-video, individuale, personalizzata, collettiva. Esso tutela un bene comune necessario alla promozione del pieno sviluppo democratico, sociale, culturale e dei diritti umani di ogni società e, in particolare del diritto di ogni cittadino come individuo e come persona associata in comunità a ricevere e diffondere informazioni, idee, opinioni attraverso l'accesso effettivo a tutte le piattaforme di trasmissione disponibili.

Il pluralismo sociale, politico, religioso, culturale, etnico, linguistico, generazionale è tratto distintivo e bene irrinunciabile di una società democratica. La sua espressione e rappresentazione è elemento costitutivo del Servizio Pubblico.

Il servizio pubblico ha per obiettivi e responsabilità: *a*) promuovere educazione e apprendimento; *b*) Sostenere il senso di cittadinanza e appartenenza alla stessa comunità nazionale; *c*) sostenere il pluralismo delle diverse comunità all'interno della comunità nazionale; *d*) dare voce e sostenere la società civile; stimolare la creatività e la conoscenza di massa (incluso il sostegno alle industrie culturale e la selezione e sbocco di nuovi talenti e soggetti culturali); *e*) rappresentare le regioni, le culture e i beni culturali delle diverse comunità e storie locali; *f*) diffondere l'Italia all'estero e l'Italia dell'estero, nel mondo, e il mondo in Italia; *g*) accompagnare l'Italia europea e l'Europa per gli italiani; *h*) portare al grande pubblico i benefici delle rivoluzioni tecnologiche e delle diverse piattaforme, assumendo un ruolo-guida nella fruizione digitale, e, oggi, nel passaggio a nuove piattaforme; *i*) garantire informazione aperta e non condizionata dalla committenza pubblicitaria o commerciale, e, in questo servizio, il pluralismo delle culture politiche, sociali, generazionali, linguistiche, etniche, religiose; *j*) offrire un laboratorio e un canale privilegiato di diffusione nazionale e internazionale dell'Italia.

L'informazione rimane un bene necessario e la "smilitarizzazione" dei partiti dall'informazione "pubblica" appare una necessità nella necessità. Occorre cogliere il bisogno di informazione che si sta aggregando spontaneamente - o in altri casi dipendente dai soggetti capaci di creare e controllare grandi flussi di contatti, etero-diretto - a partire dalla rete e dalle convergenze di piattaforme (*podcast*, video, tv).

La soluzione finora praticata per garantire il pluralismo politico e sociale nel nostro Paese, quella di assegnare al Parlamento, attraverso il ruolo centrale della Commissione Parlamentare di Vigilanza, il controllo e l'indirizzo, i poteri di nomina del Consiglio di amministrazione, e una vigilanza su tutti gli aspetti della radiotelevisione pubblica, ha conservato la centralità del Parlamento, ma si è rilevato, in più di una occasione, come uno strumento che non ha impedito a volte ingerenze

avvertite da vasta parte del Paese come negative della “politica” e dei “partiti” nell’azione della Tv pubblica.

Per questo, pur mantenendo il Parlamento prerogative di centralità, a garanzia di tutti i cittadini italiani, si ritiene necessario operare cambiamenti sul terreno della *governance*, in grado di dare più competitività alla RAI e alla TV pubblica, e, al tempo stesso di creare maggiore partecipazione nei meccanismi di nomina dei consiglieri e del top management incaricato di assolvere alla “mission” assegnata dal paese alla concessionaria del servizio pubblico. Tali cambiamenti includono un Consiglio di Sorveglianza e un Consiglio di Gestione, le cui modalità e criteri di scelta dei membri, e di elezione, sono sotto specificati, e il rafforzamento del *top management* e della figura del Presidente/Amministratore Delegato. Nel contempo, con la sostituzione del canone RAI con una imposta universale (con fasce di esenzione) che assicuri importi certi, riduca l’evasione e l’elusione e fornisca nuove entrate anche a sostegno della modernizzazione dell’intero sistema-radiotelevisivo pubblico e privato, si offre uno strumento operativo di grande importanza per il raggiungimento dei fini assegnati nella grande fase di trasformazione dell’intero settore a livello mondiale.

In Europa occidentale lo sviluppo della democrazia, dal secondo dopoguerra e dalla nascita della televisione, ha ritenuto lo sviluppo del servizio pubblico come una dimensione connaturata alla democrazia e un bene di utilità comune, a vantaggio dei cittadini. In forme diverse, questa scelta è stata rinnovata anche all’interno dell’Unione Europea e in una cornice di libera concorrenza.

Nel solco del Protocollo n. 29 allegato al Trattato di Lisbona dell’Unione Europea, che vede il servizio pubblico “direttamente collegato alle esigenze democratiche, sociali e culturali di ogni società, nonché all’esigenza di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione”, la principale missione del servizio pubblico radiotelevisivo nell’era digitale è, innanzitutto, quella di recuperare la propria identità agli occhi del pubblico e rimuovere i nodi problematici avvertiti dagli utenti.

I referenti del servizio pubblico sono i cittadini e il Paese nei cui confronti l’operatore pubblico, ancorché attivo in un sistema disciplinato da regole di mercato, deve esercitare con pienezza il proprio ruolo. Come affermato nell’ambito dell’UE, il servizio pubblico radiotelevisivo ha natura e ragion d’essere peculiari. Ciò che lo differenzia dai suoi *competitor* commerciali dovrebbe essere la qualità della programmazione in tutte le sue declinazioni (qualità dell’offerta, varietà di generi, contenuti e temi, capillarità e qualità nella rappresentazione del Paese e del mondo di riferimento).

Essere “servizio pubblico radiotelevisivo”, dalla parte dei cittadini, per evitando in radice ogni possibile indebita tentazione di ingerenza della politica nell’informazione radiotelevisiva, nel bisogno di un utilizzo intelligente e trasparente dei fondi dei cittadini messi a disposizione del servizio pubblico radiotelevisivo è una responsabilità dei decisori politici e una necessità delle democrazie mature. La responsabilità del Parlamento di sorveglianza e di perimetrazione dell’informazione politica e del pluralismo, nel contempo, rimane prioritaria, a garanzia di tutti, e in tal senso può essere rivisto, in maniera appropriata e con un focus preciso, non onnicomprensivo, il ruolo di una Commissione Parlamentare di Vigilanza.

La presente proposta di legge si pone l’obiettivo di riformare i criteri di nomina degli amministratori della RAI – Radiotelevisione italiana SpA, di abolire il canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione e istituire il contributo per la pubblica editoria nonché di attribuire la delega al Governo per il coordinamento normativo.

Per quanto attiene alla riforma dei criteri di nomina degli amministratori della Rai-Radiotelevisione Italiana la proposta ha come obiettivo principale quello di cambiare l’attuale sistema di nomina dei vertici aziendali. Come noto, infatti, oggi la *governance* della Rai prevede un Consiglio di

Amministrazione di nove membri, di cui sette nominati direttamente dal Parlamento, attraverso la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, e due dall'azionista Ministero dell'Economia e Finanze, tra cui il Presidente (che deve comunque essere ratificato dalla Commissione stessa con una maggioranza qualificata dei due terzi dei suoi componenti).

Sotto il profilo gestionale l'attuale assetto comporta una serie di criticità: quella principale afferisce al fatto che il C.d.A non ha poteri di proposta (al contrario di quanto previsto dal codice civile per le società per azioni), in quanto tali poteri sono attribuiti al Direttore Generale, nominato dal Consiglio d'intesa con l'azionista Ministero dell'Economia e Finanze. Vi è inoltre un Collegio Sindacale di tre membri con il compito di vigilare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della società.

La situazione attuale, come sopra detto, limita fortemente la capacità della Rai di muoversi come azienda in un contesto competitivo che, al contrario, richiede la massima efficacia (in termini di conseguimento degli obiettivi) ed efficienza (nell'utilizzo delle risorse) della gestione.

Per superare tale situazione si propone l'adozione di un *modello dualistico*, che si caratterizza per l'abolizione del collegio sindacale e per l'introduzione di due organi: *il Consiglio di sorveglianza* e *il Consiglio di gestione*. In estrema sintesi, il Consiglio di Sorveglianza ha il compito di garantire il rispetto della missione di servizio pubblico, mentre il Consiglio di Gestione ha il compito di amministrare la società.

Con questo nuovo sistema di nomina si darebbe vita ad una *governance* più snella e più autonoma, anche al fine di svolgere con maggiore efficacia la propria missione di Servizio Pubblico Radiotelevisivo. Per queste ragioni mi auguro che il Parlamento esamini e approvi la proposta di legge per poter dar vita ad una nuova fase del Servizio Pubblico Radiotelevisivo, fondata su tre principi cardini: *massima autonomia, pluralismo e trasparenza*.

In questo quadro appare opportuno provvedere anche all'abolizione del canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione e l'istituzione del contributo per la pubblica editoria e le radio-telecomunicazioni, nonché delega al Governo per il coordinamento normativo

Il canone di abbonamento non corrisponde infatti a un contratto tra i cittadini e servizio pubblico offerto. E' una tassa, la cui riscossione è delegata alla RAI, per il possesso del televisore, con alcune eccezioni di ampliamenti, in linea con il comportamento di altri stati europei, in una epoca, pre-digitale e pre "smartphone" completamente superata.

E' il più basso d'Europa per le emittenti pubbliche, nonostante questo è una tassa evasa, secondo stime, dal 27% degli italiani con forte disomogeneità territoriale

Lo Stato, come è noto, fissa ogni anno l'entità della tassazione annuale per il possesso dell'apparecchio radiotelevisivo, per famiglie, imprese e per pubblici esercizi. Il tributo è registrato all'interno della dichiarazione dei redditi.

Attraverso una imposta più bassa, universale, che tiene conto della consistenza del reddito e patrimoniale, viene rimossa una motivazione alla cattiva percezione in larghi strati della popolazione – ancorché infondata - di sentirsi ingiustamente penalizzata da una "tassa" che appare come "unidirezionale". In questo modo oltre alla RAI anche l'emittenza privata, che trae vantaggio dall'esistenza del "tetto della pubblicità RAI", come l'editoria privata, si possono muovere in un quadro più trasparente.

Lo Stato utilizza il contributo fiscale per le finalità proprie e come base di disponibilità per l'equilibrio del sistema radio-televisivo pubblico e privato, fondi a sostegno dell'editoria e della digitalizzazione del Paese, il passaggio oggi alla piattaforma T2, digitale a maggiore compressione e minore quantità di banda larga e per fornire mezzi alla RAI per l'esercizio del servizio pubblico, e in futuro per quello che sarà necessario al sistema per conservare competitività e qualità.

L'entità complessiva è fissata in maniera certa per un arco di tempo determinato e indipendentemente dall'esito della raccolta del "canone". Le sanzioni per il non pagamento della tassa per le telecomunicazioni sono analoghe a quelle per l'evasione fiscale e possono essere inasprite rispetto al regime attuale del mancato pagamento del canone Rai.

Art. 1
(Finalità)

1. Oggetto della presente legge è la disciplina del servizio pubblico nella comunicazione audiovisiva e radiofonica sui diversi media e piattaforme.

Art. 2
(Il Servizio Pubblico)

1. Il Servizio Pubblico è uno strumento essenziale per l'effettivo esercizio e la piena libertà di accesso alla comunicazione audiovisiva.
2. Esso tutela un bene comune necessario alla promozione del pieno sviluppo democratico, sociale, culturale e dei diritti umani di ogni società e, in particolare del diritto di ogni cittadino come individuo e come persona associata in comunità a ricevere e diffondere informazioni, idee, opinioni attraverso l'accesso effettivo a tutte le piattaforme di trasmissione disponibili.
3. Il Servizio Pubblico preserva ed esprime il pluralismo del Paese nei mezzi di comunicazione e contribuisce in modo fondamentale a garantirne l'esistenza.
4. Il pluralismo sociale, politico, religioso, culturale, etnico, linguistico, generazionale è tratto distintivo e bene irrinunciabile di una società democratica. La sua espressione e rappresentazione è elemento costitutivo del Servizio Pubblico.

Art. 3
(Rai – Radiotelevisione italiana SpA)

1. La RAI – Radiotelevisione italiana SpA è la società per azioni a cui è affidato il compito di garantire il servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi delle disposizioni di cui all'art. 45 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni.
2. Per quanto non sia diversamente previsto dalla presente legge la RAI-Radiotelevisione italiana SpA e' assoggettata alla disciplina generale delle società per azioni.
3. L'Amministrazione della società è assicurata da un Consiglio di Sorveglianza e da un Consiglio di Gestione.

Art. 4
(Consiglio di Sorveglianza)

1. In considerazione dei rilevanti ed imprescindibili motivi di interesse generale connessi allo svolgimento del servizio pubblico generale radiotelevisivo da parte della concessionaria, il

Consiglio di Sorveglianza è composto da quindici membri, nominati dall'assemblea dei soci sulla base delle seguenti designazioni:

- a) otto membri d'intesa dai presidenti della Camera e del Senato della Repubblica;
 - b) due membri dal Presidente della Repubblica;
 - c) due membri dall'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni;
 - d) un membro eletto tra i dipendenti RAI;
 - e) un membro dal Comitato direttivo dell'ANCI;
 - f) un membro dalla Conferenza Stato-Regioni.
2. Il Presidente del Consiglio di Sorveglianza viene nominato dal Consiglio nell'ambito dei soggetti di cui al precedente comma; la nomina diviene efficace solo dopo l'acquisizione del parere favorevole espresso, a seguito di audizione formale, dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi a maggioranza dei due terzi dei suoi componenti.
 3. Il Consiglio può nominare un Vice-Presidente nell'ambito dei soggetti di cui alla precedente lettera b)
 4. Il Consiglio di Sorveglianza resta in carica sei anni e il mandato dei componenti del Consiglio non è rinnovabile.
 5. Ai membri del Consiglio di sorveglianza è riconosciuto un compenso proporzionato al volume dell'attività svolta.

Art. 5
(Funzioni del Consiglio di Sorveglianza)

1. Il Consiglio di Sorveglianza ha le seguenti attribuzioni:
 - a) designa i membri del Consiglio di Gestione;
 - b) su proposta del Consiglio di Gestione, approva:
 - i) il piano editoriale;
 - ii) il piano strategico;
 - iii) il contratto di servizio;
 - iv) il bilancio di esercizio;
 - c) svolge i compiti di controllo attribuiti al collegio sindacale.
3. Il Consiglio di Sorveglianza si riunisce di norma ogni tre mesi.
4. Il Presidente del Consiglio di Sorveglianza può prevedere, all'interno del Consiglio, l'istituzione di due Comitati (*audit* e controllo contabile, editoriale) aventi compiti consultivi definendone la composizione.

Art. 6
(Consiglio di Gestione)

1. Il Consiglio di Gestione è composto da tre membri.
2. Il Presidente, che opera con i poteri di Amministratore Delegato, viene nominato dal Consiglio nell'ambito dei propri membri d'intesa con l'assemblea dei soci.
3. Il Consiglio ha le seguenti attribuzioni:
 - a) propone all'approvazione del Consiglio di Sorveglianza:
 - i) il piano editoriale
 - ii) il piano strategico
 - iii) il contratto di servizio
 - iv) il bilancio di esercizio

- b) definisce l'assetto organizzativo macro-strutturale e nomina, su proposta del Presidente, i direttori delle Testate Giornalistiche e dei canali radiotelevisivi;
- c) assicura la coerenza dell'offerta con i contenuti del piano editoriale;
- d) riferisce almeno trimestralmente il Consiglio di Sorveglianza sull'andamento della gestione.

4. Il Consiglio di Gestione dura in carica tre anni ed è rinnovabile per due mandati.

Art. 7
(Funzioni del Presidente del Consiglio di Gestione)

1. Al Presidente del Consiglio di Gestione sono altresì attribuite le seguenti funzioni.
 - a) approvazione degli atti e dei contratti aziendali che, anche per effetto di una durata pluriennale, siano di importo sino a 15 milioni di euro;
 - b) assunzione, nomina e gestione dei dirigenti ad eccezione di quelli di cui all'art. 4, comma 3, lett. b);
 - c) attuazione dei piani e dei progetti approvati dal Consiglio di Gestione.

Art. 8
(Eleggibilità)

1. I componenti del Consiglio di Sorveglianza e del Consiglio di Gestione sono scelti tra persone di riconosciuta professionalità e competenza nel settore delle telecomunicazioni ovvero con alte competenze economico-giuridiche, tecnico-scientifiche nei settori delle tecnologie dell'informazione, della comunicazione, della convergenza dei mezzi di comunicazione e delle reti digitali, nonché tra personalità con esperienze di eccellenza in organizzazioni non governative, associazioni no profit, particolarmente impegnate nella promozione e tutela dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, degli anziani, dei disabili e nel tema della promozione della cultura della legalità e della lotta alle mafie.

Art. 9
(Incompatibilità)

1. A pena di decadenza, non possono ricoprire la carica di membro del Consiglio di sorveglianza e del Consiglio di Gestione chi abbia ricoperto incarichi di governo, cariche pubbliche eletive o di nomina governativa o presso Autorità di garanzia e vigilanza nei cinque anni precedenti la nomina.
2. I membri del Consiglio di sorveglianza e del Consiglio di Gestione non possono essere portatori di interessi in conflitto con gli interessi materiali e morali della RAI. Qualora siano lavoratori dipendenti, essi sono, a richiesta, collocati in aspettativa non retribuita per tutta la durata del mandato.
3. Sono esclusi dai soggetti di cui al precedente comma coloro i quali siano stati oggetto di sentenza di condanna passata in giudicato in procedimenti di natura penale.

Art.10
(Abolizione del canone RAI)

1. A decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge, il canone di abbonamento alle radioaudizioni e alla televisione di cui al regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 giugno 1938, n. 880, nonché la tassa di concessione governativa prevista dall'articolo 17 della tariffa delle tasse sulle concessioni governative, di cui al decreto del Ministro delle finanze 28 dicembre 1995, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 303 del 30 dicembre 1995, e successive modificazioni, sono aboliti.
2. L'articolo 17 della legge 14 aprile 1975, n. 103, l'articolo 18 della legge 3 maggio 2004, n. 112, e l'articolo 47 del testo unico dei servizi di media, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, sono abrogati.

Art. 11
(Contributo per la pubblica editoria e il sistema delle radio-telecomunicazioni)

1. A decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge è istituito il contributo per la pubblica editoria, a copertura dei costi relativi a tutti i servizi pubblici radiofonici, televisivi e telematici.
2. Soggetto attivo dell'obbligazione tributaria di cui al comma 1 è il Ministero dell'economia e delle finanze.
3. Il contributo è dovuto da ogni nucleo familiare, come definito all'articolo 4 del decreto del Presidente della Repubblica n. 223 del 1989.
4. Sono esenti dal pagamento del contributo i nuclei familiari che hanno al proprio interno soggetti con disabilità ostative alla fruizione dei contenuti di cui al comma 1, quali le disabilità connesse con gravi carenze all'udito o alla vista, nonché i soggetti esentati dal pagamento dell'imposta minima sui redditi che vivono da soli.
5. Il contributo è corrisposto in base alla tariffa base di 90 euro per l'anno 2015. Tale tariffa è maggiorata del 50 per cento per i redditi superiori a 240 mila euro annui e del 100 per cento per i redditi superiori a un milione di euro annui. La tariffa base, a partire dall'anno 2016, è soggetta ad adeguamenti annui automatici in base all'indice nazionale dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati e l'importo è fissato entro il 30 aprile di ogni anno dal Governo.

Art. 12
(Copertura finanziaria e delega al Governo per il coordinamento con la normativa vigente)

1. Le maggiori entrate derivanti dall'attuazione delle disposizioni dell'articolo 2 sono finalizzate a compensare la riduzione di gettito dovuta all'applicazione delle disposizioni di cui all'articolo 1.
2. Attraverso le risorse di cui al comma 1 si provvede alla corresponsione dell'equivalente al mandato del contratto di servizio pubblico, in misura non inferiore all'ammontare complessivo raccolto, ai sensi del regio decreto-legge 21 febbraio 1938, n. 246, convertito dalla legge 4 gennaio 1938, n. 880, nell'anno della data di entrata in vigore della presente legge. Le risorse recuperate a seguito dell'attuazione del comma 1, che siano in avanzo rispetto a quanto necessario ai fini determinati dal periodo precedente, sono destinate, in via prioritaria, a misure utili al sostegno del rinnovamento del sistema editoriale e radiotelevisivo, nonché all'ammortamento del debito pubblico.
3. Il Governo è delegato ad adottare, entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, ai sensi dell'articolo 14 della legge 23 agosto 1988, n. 400, un decreto legislativo in conformità ai seguenti principi e criteri direttivi:

- a) provvedere al coordinamento della normativa vigente in materia con le disposizioni della presente legge;
- b) elencare le norme abrogate con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello in corso alla data di entrata in vigore della presente legge.

Art. 13
(Abrogazioni)

- 1. E' abrogato l'art. 49 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni.