

**COMMISSIONE VII  
CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE**

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

**AUDIZIONE**

**27.**

**SEDUTA DI MERCOLEDÌ 24 OTTOBRE 2007**

**PRESIDENZA DEL PRESIDENTE PIETRO FOLENA**

**INDICE**

	PAG.		PAG.
<b>Sulla pubblicità dei lavori:</b>			
Folena Pietro, <i>Presidente</i> .....	3	Folena Pietro, <i>Presidente</i> .....	3, 11, 12, 15
<b>Audizione del sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega per l'editoria, Ricardo Franco Levi, sulle prospettive di riforma del settore dell'editoria (ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del Regolamento):</b>		Giulietti Giuseppe (Ulivo) .....	12
		Guadagno Wladimiro detto Vladimir Luxuria (RC-SE) .....	11, 12
		Levi Ricardo Franco, <i>Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega per l'editoria</i> .....	3

**N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: L'Ulivo: Ulivo; Forza Italia: FI; Alleanza Nazionale: AN; Rifondazione Comunista-Sinistra Europea: RC-SE; UDC (Unione dei Democratici Cristiani e dei Democratici di Centro): UDC; Lega Nord Padania: LNP; Sinistra Democratica. Per il Socialismo europeo: SDpSE; Italia dei Valori: IdV; La Rosa nel Pugno: RosanelPugno; Comunisti Italiani: Com.It; Verdi: Verdi; Popolari-Udeur: Pop-Udeur; DCA-Democrazia Cristiana per le Autonomie-Partito Socialista-Nuovo PSI: DCA-NPSI; Misto: Misto; Misto-Minoranze linguistiche: Misto-Min.ling.; Misto-Movimento per l'Autonomia: Misto-MpA; Misto-Repubblicani, Liberali, Riformatori: Misto-RLR; Misto-La Destra: Misto-Destra.**

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
PIETRO FOLENA

**La seduta comincia alle 15,10.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso e la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati.

**Audizione del sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega per l'editoria, Ricardo Franco Levi, sulle prospettive di riforma del settore dell'editoria.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del Regolamento, l'audizione del sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega per l'editoria, Ricardo Franco Levi, sulle prospettive di riforma del settore dell'editoria.

Do il benvenuto al sottosegretario Levi che, con la consueta disponibilità, ha subito accettato l'invito a partecipare a un'audizione nella nostra Commissione.

Chiaramente, al centro della seduta odierna vi sarà il disegno di legge di riforma dell'editoria, che il Governo ha approvato in Consiglio dei ministri e che sarà presentato nei prossimi giorni — non è ancora stato trasmesso — alla Camera dei deputati.

Prima di iniziare l'audizione, è opportuna una presentazione del tema in oggetto. Ho notato che, rispetto a una preoc-

cupazione molto diffusa — che avverto anche personalmente — relativa alla vicenda dei *blog*, il sottosegretario ha avuto modo di esprimere, nella giornata di ieri, delle posizioni importanti, che raccolgono tale apprensione.

Pur non essendo ancora all'esame della Camera la legge finanziaria e il decreto ad essa collegato, è quasi inutile sottolineare che, accanto all'interesse per la legge sull'editoria, abbiamo una forte preoccupazione per gli aspetti finanziari. Pertanto, nel rispetto del lavoro dall'altro ramo del Parlamento, sarà opportuno acquisire qualche informazione in merito.

Do ora la parola al sottosegretario Levi.

RICARDO FRANCO LEVI, *Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega per l'editoria*. Ringrazio il presidente e tutti i membri della Commissione per l'occasione che mi viene data di illustrare le linee essenziali del disegno di legge, prima ancora che esso cominci formalmente il suo percorso parlamentare.

Raccolgo immediatamente la sollecitazione del presidente a spendere pochissime parole sull'altro binario lungo il quale procede il tema dell'organizzazione del settore dell'editoria, fornendovi qualche dettaglio sullo stato dell'arte in tema di manovra di bilancio, disegno di legge finanziaria e decreto. Come sapete, all'interno di quest'ultimo sono stati appostati 50 milioni di euro aggiuntivi (proprio ieri, abbiamo tenuto la riunione della commissione tecnica che deve approvare i contributi all'editoria). Tale somma dovrebbe dare una certa tranquillità circa la possibilità di far fronte, per intero, agli impegni di pagamento in corso d'anno per i contributi maturati nel 2006. Dopo aver ottenuto il medesimo risultato lo scorso

anno, lo stanziamento di questa somma dovrebbe offrire a tutte le imprese editrici che godono di contributi diretti una buona tranquillità finanziaria.

La situazione è leggermente migliorata, ma non del tutto risolta, per quello che riguarda il 2008. Il prossimo anno si presenta con quella « manutenzione della spesa pubblica » che abbiamo ritenuto doveroso operare, in attesa che possa augurabilmente entrare in vigore la legge sull'editoria.

In un primo tempo, la manutenzione della spesa era stata ipotizzata con un taglio del 7 per cento orizzontale su tutti i contributi diretti e indiretti. In seguito, essa è stata rimodulata nella forma del 2 per cento per i contributi diretti, del 7 per cento per i contributi indiretti fino a 1 milione e del 12 per cento per i contributi indiretti per le aziende editoriali più grandi, ossia sopra il milione di contributi indiretti.

In altre parole, è stata raccolta la sollecitazione a fare una differenziazione tra grandi e piccoli editori nella distribuzione di questo piccolo — ma crediamo indispensabile — sacrificio. Dico indispensabile perché questo taglio della spesa, così modulato, serve per contenere la spesa stessa in quei 450 milioni di euro che costituivano la dotazione della tabella C dell'editoria nel 2007, che contiamo, e vorremmo fosse riconfermata, come dotazione nella legge finanziaria per il 2008.

Nella discussione che si è svolta fino ad ora, rispetto alla cifra originariamente prevista per la tabella C del 2008, che ammontava a 330 milioni di euro, siamo riusciti a ottenere l'apposizione di ulteriori 50 milioni, che ci portano ad un totale di 380 milioni di euro. Siamo più vicini al traguardo dei 450 milioni, ma ancora non lo abbiamo raggiunto. Peraltro, la somma di 450 milioni è assolutamente indispensabile, se vogliamo che lo Stato possa far fronte agli impegni inderogabili di spesa che ha nei confronti delle imprese che, per legge, hanno diritto a ricevere contributi dallo Stato.

Con questo credo, presidente, di avere dato il quadro ultimo della manovra di bilancio degli strumenti collegati.

Inoltre, aderendo al vostro invito, per il quale vi ringrazio nuovamente, vorrei illustrarvi le linee essenziali del disegno di legge. All'interno di questa esposizione, vi proporrò un'aggiunta al testo, che serve per chiarire in modo definitivo il problema dei *blog*, che si è presentato in modo così prepotente nei giorni scorsi e che, evidentemente, dal dibattito che ne è conseguito, merita un chiarimento.

Il testo del disegno di legge, che, come Governo, abbiamo approvato la prima volta il 3 di agosto e riapprovato un paio di settimane fa (dopo il doveroso e obbligatorio passaggio nell'ambito della Conferenza unificata Stato-regioni), è stato elaborato, come ben sapete, al termine di un lungo periodo e di una lunga opera di ascolto di tutti gli operatori del settore, nonché di un confronto tenuto in questa sede, in Commissione, con voi, che ha avuto già alcune occasioni di dibattito.

Si tratta di un testo che ha preso le mosse dall'analisi attenta della legislazione fin qui vigente e delle proposte di legge che, purtroppo, nella legislatura scorsa non si è potuto portare a compimento. Mi riferisco, ovviamente, al progetto di legge Bonaiuti, rispetto al quale questo disegno di legge si pone in sostanziale continuità, ancorché con un raggio di azione più largo. Del resto, anche se mi dispiace non avere l'occasione di poterlo salutare oggi di persona, non ho difficoltà alcuna a riconoscere la bontà del lavoro svolto dall'onorevole Bonaiuti, a partire dalla redazione di uno spaventoso volume (lo definisco spaventoso perché nella sua mole raccoglie tutte le leggi sull'editoria dal 1948 ad oggi).

Credo che questa sia la prima delle ragioni che giustificano la presentazione di una legge di sistema e di un intervento di sistema più in generale, che veda in questa legge il primo passo; il secondo e ultimo dei quali dovrà essere — mi auguro — la compilazione di un testo unico dell'edito-

ria, proprio per passare da un grosso volume di questo genere a un testo da tutti consultabile.

Questo, dunque, si propone di essere un disegno di legge di sistema del settore dell'editoria, che termina, quindi, con la richiesta al Parlamento del conferimento di una delega al Governo per la redazione di un testo unico, naturalmente fissati tutti i paletti di controllo per quest'attività di redazione.

Credo che tutti voi abbiate il testo a disposizione, perché ho chiesto ai miei uffici, ieri sera, di farvene avere una copia, che credo sia stata depositata stamattina nelle caselle di posta.

Nell'articolo 1, intitolato « Finalità generali », si illustrano per l'appunto tali finalità. Ovviamente, non voglio importunarvi con la lettura del disegno di legge, ma mi preme leggerne almeno le prime righe. Il testo recita: « La disciplina prevista dalla presente legge, in tema di editoria quotidiana, periodica e libraria, ha per scopo la tutela e la promozione del principio del pluralismo dell'informazione, affermato dall'articolo 21 della Costituzione e inteso come libertà di informare e diritto a essere informati ».

Queste, dunque, nell'italiano comprensibile col quale abbiamo cercato di scrivere il disegno di legge, sono le finalità del provvedimento, che, peraltro, trova la sua struttura portante proprio nella parte iniziale del testo.

All'articolo 2 — cercando di essere attenti alla realtà di un settore che, ormai, non è più solo quello della carta stampata, della televisione e della radio ma anche, prepotentemente, di internet —, definiamo il prodotto editoriale, a partire non dal mezzo attraverso il quale esso viene diffuso o sul quale viene realizzato, ma dal contenuto di informazione che esso incorpora.

Vi è, poi, l'articolo 3, al quale abbiamo lavorato con molta attenzione e cura, che riguarda la tutela del prodotto editoriale. So che siete particolarmente attenti a questo tema, che si situa ai confini della nostra realtà di oggi. Una realtà che vede consolidato nel tempo il principio della

tutela della proprietà intellettuale, del diritto d'autore, ma che ha visto con internet, in modo molto forte, nascere e consolidarsi una possibilità, e dunque anche un'attesa, di accesso libero all'informazione e alla cultura.

Senza entrare in una normativa di dettaglio del diritto d'autore, abbiamo ritenuto che fosse opportuno definire i principi, per affrontare il tema della tutela del prodotto editoriale. Abbiamo ritenuto di individuarli in un equilibrio tra due principi: la conferma del riconoscimento del diritto alla tutela dell'originalità del prodotto editoriale — intesa, quest'ultima, come espressione dell'intelligenza e del lavoro della persona umana — va infatti coniugata, e resa coerente e compatibile, con l'interesse generale alla circolazione delle informazioni e alla diffusione della conoscenza.

Nel definire questi due principi tra i quali trovare un equilibrio, credo che con questa legge possiamo dare un'indicazione per i successivi lavori che si dovranno svolgere in tema, in modo più particolare, di diritto d'autore.

Sempre rimanendo sui punti essenziali, passiamo a definire l'attività editoriale come quella dei soggetti che, così ampiamente definito il prodotto editoriale, lo realizzano, lo distribuiscono o ne raccolgono la pubblicità. Tradotto in modo ancora più semplice, ciò vuol dire che consideriamo soggetti e operatori del mercato editoriale gli editori che realizzano un prodotto editoriale, gli stampatori, nel caso della carta stampata, che lo producono, coloro che si occupano della diffusione e gli operatori della pubblicità che raccolgono i mezzi per il sostentamento.

Così definita la platea degli operatori del mercato del settore della comunicazione, disponiamo che tutti questi operatori siano tenuti a iscriversi al registro degli operatori della comunicazione tenuto dall'Autorità garante per le comunicazioni.

Come sapete, oggi sono in funzione due sportelli per le iscrizioni di coloro che operano nel settore dell'editoria. L'iscrizione ai tribunali serve per avere tutti gli elementi che consentono di risalire alla

definizione dei responsabili dei prodotti editoriali che vengono pubblicati. Invece, nel registro degli operatori della comunicazione, vi sono gli elementi che attengono all'aspetto più imprenditoriale, per così dire, degli operatori.

Con una semplificazione, vorremmo arrivare a definire uno sportello unico dell'editoria, spostando sul registro degli operatori della comunicazione tutte le annotazioni, che oggi si trovano presso i tribunali, ai fini dell'individuazione della responsabilità sulla stampa. In tal modo, non ci sarebbe più bisogno, per gli operatori, di saltare da un posto all'altro, per adempiere agli oneri burocratici per lo svolgimento della loro attività.

Nel contempo - aspetto altrettanto e ancor più importante -, una volta ottenuti, attraverso il registro degli operatori della comunicazione, i dati relativi a tutti coloro che operano nel mercato dell'editoria, abbiamo una mappa del settore che ci consente di individuare un terreno di lavoro sul quale permettere di operare alle autorità, alle quali affidiamo il governo di questi settori.

Detto in modo ancora più semplice, riteniamo che il settore della comunicazione e dell'editoria debba corrispondere ai due essenziali principi della libera concorrenza e del pluralismo, sapendo che il pluralismo dell'informazione non corrisponde *in toto* alla libera concorrenza, ma è qualche cosa di più. Ci può essere libera concorrenza tra pochi operatori che rispettino tutte le leggi del libero mercato, ma se gli operatori sono troppo pochi non si può dire che ci sia pluralismo dell'informazione.

Pertanto, sono due i principi e due le autorità, l'Autorità garante per le comunicazioni e l'Antitrust, che debbono vigilare sul settore, per far sì che questi principi siano attuati. Tuttavia, perché queste autorità possano operare, è necessario che le stesse conoscano in dettaglio il mercato e gli operatori; di qui la funzione del registro degli operatori della comunicazione.

L'aggiunta della quale vi ho parlato in precedenza interviene all'articolo 7, che

definisce l'attività editoriale su internet e che recita: « L'iscrizione al registro degli operatori di comunicazione dei soggetti che svolgono attività editoriale su internet rileva anche ai fini dell'applicazione delle norme sulla responsabilità connessa ai reati a mezzo stampa ».

Vi suggerisco e vi propongo di prendere in considerazione un comma aggiuntivo. Vorrei lasciare al presidente una copia del testo che è un suggerimento per un comma al quale possiamo lavorare insieme. Peraltro, chiaramente, mi auguro che si possa lavorare insieme all'intero testo del disegno di legge che, per definizione, è aperto e sottoposto alla vostra valutazione.

Dopo quello che vi ho appena letto, dunque, vi sottopongo un comma del seguente tenore: « Sono esclusi dall'obbligo dell'iscrizione al registro degli operatori della comunicazione i soggetti che accedono a internet, o operano su internet, in forme o con prodotti come i siti personali o a uso collettivo che non costituiscono il frutto di un'organizzazione imprenditoriale del lavoro ». Non abbiamo osato scrivere, in una norma di legge, la parola *blog*, ma sostanzialmente è quello che significa. Vale a dire che sono esclusi dalla registrazione i siti personali e i *blog* che non rientrano nell'ambito di applicazione di questa norma, tesa a definire le responsabilità per l'attività su internet.

Così definita questa prima parte sul prodotto e l'attività editoriale, il disegno di legge, nel capo 2, si occupa del settore editoriale e definisce, per l'appunto, quelle norme, che ho anticipato, tese a impedire le posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo, attraverso l'affidamento all'Agcom e all'Antitrust della responsabilità di governare il settore.

Per chiarezza di esposizione, e perché abbiate presenti tutti gli elementi del ragionamento che ci hanno portato a scrivere in questa forma il disegno di legge, debbo dire che, per quello che riguarda le responsabilità e i compiti relativi all'Agcom e all'Antitrust, ci siamo mossi nella linea di confermare la legislazione attualmente in vigore nel nostro Paese, a

partire dalla legge Gasparri, poi confermata nel testo unico della radiotelevisione, coerente con la normativa applicata su scala europea.

La legge stabilisce, in via preliminare, per il settore delle comunicazioni, la responsabilità specifica dell'autorità di settore, che è l'Agcom, prevedendo, a lato e in collaborazione con le competenze dell'Agcom, le competenze e l'azione dell'Antitrust. Definiti tutti gli impegni dell'Agcom negli articoli che troverete, all'articolo 15, intitolato alle competenze dell'Antitrust, scriviamo con assoluta precisione che nelle materie di quel capo restano ferme le competenze dell'Antitrust. Dunque, non interveniamo a modificare la linea di confine e i rapporti tra le due Autorità.

Venendo a parlare di mercato e di settore dell'editoria, all'articolo 8, al comma 2 - dopo aver scritto, al comma 1, che il settore editoriale si conforma ai principi della concorrenza e del pluralismo - affermiamo che competono all'Agcom, sentita l'Antitrust, l'individuazione e la definizione dei mercati rilevanti. Ciò significa che spetta all'Agcom, nella sua indipendenza, definire quali sono i mercati (quello dei quotidiani, dei periodici, della distribuzione, della pubblicità) e anche qual è l'ambito geografico. Normalmente, nell'editoria, si presume che l'ambito geografico sia quello nazionale, ma l'Autorità è libera di definire, se ritiene altrimenti, questo elemento.

Passo all'articolo 11, che riguarda il mercato della pubblicità, perché esso costituisce uno degli interventi più incisivi che proponiamo di adottare con questo disegno di legge.

Come sapete, nel mercato della pubblicità vi sono tre grandi famiglie di operatori: le imprese industriali, o commerciali che siano; le imprese che hanno prodotti da pubblicizzare, e che dunque cercano spazi (sulla televisione, sulle radio, sulla carta stampata o su internet) per veicolare i messaggi pubblicitari a sostegno dei propri prodotti e servizi; alla fine della catena della pubblicità, vi sono gli editori che,

attraverso le proprie concessionarie di pubblicità, vendono gli spazi che servono per accogliere i mercati pubblicitari.

Tra questi due operatori, le imprese e gli editori con le proprie concessionarie, vi sono gli intermediari della pubblicità, che raccolgono gli ordini di acquisto degli spazi dalle imprese e li traducono in veri e propri acquisti presso gli editori. Nel fare questo, a tutt'oggi, gli intermediari commerciali sono retribuiti per i propri servizi, a monte, dai loro clienti primi, ossia le imprese che chiedono loro di comprare gli spazi, ma sono altresì remunerati, a valle, dagli editori che vendono gli spazi, ai quali le società intermediarie della pubblicità chiedono, in virtù dei volumi di affari raggiunti, un compenso e una retribuzione.

Pertanto, di fatto, l'intermediario viene a essere pagato a monte dal cliente principale e a valle dall'editore. In qualche modo, si determina una situazione simile a quella in cui - consentitemi di esprimermi attraverso un'immagine che, peraltro, mi è stata descritta personalmente dai rappresentanti delle centrali *media*, nel corso delle tante audizioni che abbiamo tenuto - l'arredatore, una volta ottenuto il mandato e il contratto per arredare un appartamento o una casa da parte di un cliente, prepara un progetto e viene pagato dal cliente per l'elaborazione e per la realizzazione dello stesso. Sarebbe come se, successivamente, egli andasse a comperare i mobili e, invece di trasferire al cliente il miglior prezzo possibile nell'acquisto della mobilia, trattenesse per sé una parte dei soldi come compenso per la propria mansione, determinando di fatto un conflitto di interessi.

Nel pieno riconoscimento non solo della legittimità, ma anche dell'utilità del lavoro delle centrali *media*, riteniamo che sia opportuno, nel campo della pubblicità - come in tutti i settori, a partire da quello dei mercati finanziari, e ne vediamo le conseguenze anche in questi giorni -, lavorare per evitare la creazione di possibili conflitti di interesse.

Crediamo quindi che la proposta che vi presentiamo con questo disegno di legge,

ossia quella di abolire il conflitto di interessi in capo alle centrali *media*, prevedendo che queste ultime, o gli intermediari della pubblicità, possano essere remunerate solo ed esclusivamente dai propri clienti primi, le imprese, e non dagli editori, sia un elemento di regolamentazione utile del settore. Per dirla tutta, secondo il parere delle centrali *media*, non è necessario arrivare fino a questo punto, ma sarebbe sufficiente imporre delle regole di trasparenza. Infatti, se tutti conoscessero tutti gli elementi del mercato non ci sarebbe problema.

A nostro parere, questo non è sufficiente, perché la trasparenza non eliminerebbe alla radice quell'elemento di conflitto di interessi di cui vi ho parlato.

Va da sé che il tema della concorrenza e del pluralismo va rispettato — lo trovate all'articolo 12 — anche nel mercato della distribuzione dei prodotti editoriali e in tutte le fasi, nazionale e locale, della distribuzione commerciale (dalla grande distribuzione nazionale fino all'edicola, che deve avere l'obbligo di garantire uguale trattamento a tutte le testate poste in vendita).

Nell'articolo 14, proponiamo una nuova regolamentazione della disciplina del prezzo dei libri che, in realtà, per la maggior parte, ribadisce la prassi attualmente operante nel mercato dei libri. Rispetto a tale prassi, peraltro, a tutt'oggi, si sono ferocemente scontrati i librai e gli editori. Infatti, i primi propendevano, e propendono, per una soluzione che veda il prezzo fisso del libro, nella convinzione che questa sia la migliore garanzia per una discesa del prezzo finale del libro per i consumatori e per la tutela del piccolo libraio e del piccolo editore. Gli editori, invece, soprattutto i grandi e le grandi catene, premevano, e hanno sempre premuto, per una totale libertà nel prezzo, persuasi che con questo si potesse offrire al consumatore la migliore occasione di acquisto.

Tra queste due posizioni estreme — che in Europa sono rappresentate dall'esempio tedesco, nel quale il prezzo è fisso, e dall'esempio inglese, nel quale il prezzo

non esiste, essendo una determinazione che viene apposta sul libro in modo libero dal venditore —, siamo arrivati a un compromesso che, ancorché non formalmente, ha tutte le condizioni per essere accettato dalle due parti e che, di fatto, ribadisce la sostanza della situazione attuale. I librai concedono agli editori di proseguire con uno sconto massimo del 15 per cento nella vendita dei libri; gli editori concedono ai librai di limitare nel tempo, per il periodo di un mese, le promozioni dei libri che oggi, a carico dei soli editori, permettono di avere uno sconto che supera il 15 per cento per tutto il corso dell'anno.

Questo è un compromesso sul quale gli operatori o il settore del libro sostanzialmente possono concorrere e che vi propongo di considerare con attenzione, sapendo peraltro che presso la X Commissione attività produttive verrà studiato, in tema di esame della legge Bersani, un emendamento su questo settore che andrà coordinato con la disciplina del settore editoriale. Credo sia più corretto, e forse più utile, che anche la determinazione del prezzo del libro sia coerente con un'organizzazione complessiva del settore editoriale.

Al capo tre, esaurita la parte relativa alla disciplina che proponiamo sul prodotto dell'attività editoriale e sul settore editoriale nel suo complesso, si viene al tema delle provvidenze, ossia del sostegno che lo Stato dà — come abbiamo scritto nel titolo del capo tre — alle imprese, alle spedizioni dei prodotti editoriali, agli investimenti in innovazione e all'occupazione.

All'articolo 16, abbiamo posto attenzione nello stabilire che tali interventi siano finalizzati a promuovere l'informazione, la cultura e la lingua italiana e la tutela delle minoranze linguistiche. La scelta di tale formulazione non è stata casuale, ma serve per rendere questi aiuti coerenti con le disposizioni dell'Unione europea che, come tutti sappiamo, vietano gli aiuti di Stato, ma li permettono per determinate finalità, quali quelle della diffusione dell'informazione e della comunicazione. Subito dopo però, all'articolo 16,



comma 2, precisiamo - ed è una puntualizzazione alla quale teniamo molto - che gli interventi di sostegno non possono comunque concorrere a determinare, a favore delle imprese beneficiarie, ingiuste posizioni di vantaggio nel mercato.

In altre parole, è pur vero che gli aiuti di Stato non sono solo ammessi, ma trovano una motivazione profonda nella ragion d'essere del mercato dell'editoria di trasmettere informazione; questo, però, non deve valere a creare condizioni per la concorrenza sleale sui mercati.

Dopodiché, viene il dettaglio di un aggiornamento della disciplina sui contributi diretti e indiretti all'editoria. Come sapete meglio di me, i contributi diretti vanno, per loro natura, alle imprese che hanno caratteristiche tali da renderle beneficiarie di un sostegno dello Stato. Le due grandi categorie interessate sono quelle del lavoro cooperativo, che trova nella Costituzione le ragioni di una sua protezione particolare, e quelle del mondo della politica e del dibattito politico, che trovano anch'esse nella Costituzione le ragioni di un sostegno.

Non ho alcuna esitazione nel dire di fronte a voi, in modo molto sereno, che ritengo che queste siano ancora motivazioni valide per l'intervento pubblico. Penso che, tanto a favore del lavoro cooperativo, quanto a favore delle voci che contribuiscono a un più ricco dibattito politico, ci siano ragioni forti e buone per un intervento di sostegno da parte dello Stato. Questo non ci esime comunque dal lavorare affinché tale intervento avvenga nelle forme più corrette e con l'uso migliore del danaro pubblico.

Per ottenere questo risultato non da poco, vi proponiamo, con tale disegno di legge, di intervenire su due binari. In primo luogo, nella direzione del rendere più severi i criteri di accesso a queste categorie privilegiate.

Dunque, laddove si parla di giornali organizzati come cooperative, ad esempio, vi proponiamo di adottare una norma che limiti questa categoria alle autentiche cooperative giornalistiche, che troverete definite nell'articolo 17, comma 1, lettera a),

come le categorie composte esclusivamente da giornalisti professionisti, pubblicisti, poligrafici, nella quale tutti i dipendenti abbiano accesso.

Allo stesso modo, per i giornali della politica - che nel corso del tempo, come sapete ancora una volta meglio di chiunque altro, sono stati oggetto di norme diverse, elaborate e approvate per rispondere a casi specifici, ma che poi sono diventati elementi di allargamento della platea, al di là di quanto probabilmente era giusto che avvenisse -, vi proponiamo di limitare la platea delle voci ai veri e propri organi delle forze politiche, definendo come tali quegli organi che siano riconosciuti per forza politica dal gruppo parlamentare di quella forza politica.

Naturalmente, con questo disegno di legge non vogliamo spegnere delle voci che sono attive oggi nel mercato e nel mondo dell'editoria, né attentare in modo drastico al pluralismo dell'informazione. Quindi, per le imprese editoriali e per i soggetti che - per la nuova definizione delle cooperative o dell'organo della forza politica - perdano la possibilità di essere oggetto di contributi pubblici, vi proponiamo di prevedere un periodo di interregno di dodici mesi. In questo arco di tempo, si dovrebbe dare la possibilità di continuare a ricevere i contributi politici, fermo restando l'obbligo per le imprese, se vogliono continuare a percepirli, di mettersi in regola con le nuove norme, diventando cooperative giornalistiche a tutti gli effetti, oppure ottenendo il riconoscimento di organo politico.

Il secondo grande campo dei contributi - e mi avvio verso la conclusione di questa esposizione, per non essere troppo lungo - è rappresentato dai sostegni agli abbonamenti postali, figli della vecchia stagione del monopolio delle poste italiane.

Il sostegno agli abbonamenti avviene con questo sistema: lo Stato trasferisce fondi alle poste, affinché queste applichino uno sconto agli editori sulla tariffa ordinaria, permettendo loro di spedire con una tariffa agevolata. Lo Stato interviene per ogni pezzo spedito a colmare la differenza fra la tariffa agevolata e quella

ordinaria. Questo vuol dire, da un lato, che lo Stato non sa quanto andrà a spendere alla fine dell'anno, perché la spesa dipende dal numero dei pezzi che vengono spediti, dall'altro, che per godere del vantaggio di spedire con una tariffa agevolata, come avviene in tutto il mondo, gli editori debbono obbligatoriamente passare attraverso le Poste. Al giorno d'oggi, tuttavia, le Poste non garantiscono in modo sufficiente una consegna tempestiva, per cui gli editori ricorrono poco al sistema degli abbonamenti postali e nessuno, normalmente, si abbona a un quotidiano, a meno che non sia un operatore professionale. La percentuale degli abbonamenti in Italia, infatti, si aggira attorno al 9 per cento, contro percentuali superiori al 50 per cento in altri mercati.

In questo modo, infine, si attribuisce alle Poste, che sono l'unico veicolo attraverso il quale viene effettuato il sostegno agli editori, il potere di essere ancora il monopolista del mercato.

In accordo con le autorità europee, alle quali abbiamo sottoposto una prima idea, abbiamo immaginato un sistema diverso, che consiste nel distribuire questo sostegno agli editori in modo diretto attraverso il fisco, fatta salva la platea di quegli operatori che non hanno fini di lucro, che non sono organizzati come imprese e che quindi non costituiscono un mercato autentico.

Per tali soggetti, dunque, credo che si possa accettare di continuare a lavorare come avviene oggi, attraverso le Poste (penso alle ONLUS, alle parrocchie che debbono chiedere ai propri parrocchiani un contributo per la propria opera).

Ai veri e propri operatori del mercato proponiamo questo aiuto per il sostegno, attraverso lo strumento del credito di imposta, consentendo loro di portare a credito di imposta l'ammontare delle proprie spese postali, quale che sia il vettore postale o il canale distributivo che scelgono. Detto in modo ancora più semplice, posto che oggi tali operatori hanno un vantaggio che vale un *tot* e che corrisponde alla tariffa agevolata, consentiamo loro di portare a credito di imposta ciò

che spendono per spedire i prodotti, ma non imponiamo di spenderlo, scegliendo le Poste per spedire i propri abbonamenti. Se intendono mettere le Poste in concorrenza con un altro operatore postale, se vogliono organizzarsi con una piccola cooperativa, per distribuire nella loro grande città o nel loro piccolo paese il loro prodotto editoriale, o se, ancora, intendono distribuire, attraverso il sistema delle edicole, agli abbonati il loro prodotto, possono anche farlo. Da parte nostra, continuiamo a riconoscere come vantaggio e come contributo dello Stato la spesa editoriale di spedizione postale, attraverso il sistema del credito di imposta.

Laddove vi proponiamo la norma che si riferisce a questo tema, all'articolo 21, noterete due elementi. Al punto 4, in cui si parla di un futuro decreto che servirà per dare attuazione al meccanismo, si fa riferimento a modalità di calcolo basate su scaglioni. Ciò significa che, quando si arriveranno a definire le modalità di applicazione del credito d'imposta, si immagina che l'aiuto sia dato in modo più forte ai piccoli editori e più limitatamente ai grandi.

I grandi editori sono quelli che avranno una maggiore forza negoziale per andare a contrattare condizioni di spedizione più convenienti. Vogliamo ridurre l'aiuto ai grandi per trasferirlo ai piccoli. L'accenno alle modalità di calcolo basate su scaglioni significa esattamente questo.

Sempre all'articolo 21, al comma 3, vedrete che, laddove si parla di credito d'imposta, si indicano delle cifre decrescenti. Questo vuol dire che, attraverso il credito di imposta, riusciamo a plafonare la spesa dello Stato, venendo incontro a una responsabilità oggettiva che si deve avere per la buona cura delle casse dello Stato. Oltre a ciò, avendo stabilito come traguardo di questa norma il 2011, l'anno della piena applicazione della liberalizzazione postale, proponiamo una discesa progressiva dell'aiuto attraverso il credito d'imposta, perché sappiamo che sul mercato non interverrà dall'oggi al domani un vero concorrente delle Poste. Queste ultime continueranno, almeno per un certo

periodo, a rappresentare l'attore dominante del mercato postale. Si tratta di aprire progressivamente il mercato, e noi accompagniamo tale progressiva apertura con una calata, graduale nel tempo, del sostegno pubblico.

Da ultimo, vorrei attirare la vostra attenzione sugli articoli 22 e 25. Il primo si intitola « Estensione del credito di imposta per investimenti finalizzati all'innovazione ». Ciò vuol dire che, non appena si saranno individuati gli strumenti per riordinare il sistema di sostegno agli investimenti industriali finalizzati all'innovazione, l'intendimento e la proposta che vi portiamo è quella di estendere questi nuovi strumenti al settore dell'editoria, per non avere più modalità e sistemi di sostegno all'innovazione diversi per ogni settore industriale e per adottare, attraverso il credito di imposta, un meccanismo che sia il più automatico e meno discrezionale possibile. Non abbiamo ancora inserito una cifra determinata, perché stiamo aspettando di vedere quali saranno le somme disponibili.

Peraltro, sempre a tale proposito, mi fa piacere approfittare di questa occasione per rivolgere un nuovo e pressante invito alle parti, in modo particolare agli editori, affinché riprendano il negoziato sul contratto del lavoro.

Il tema delle modalità di intervento a sostegno del credito di imposta si inquadra in una messa a regime del settore dell'editoria che non può non avere un suo tassello importante anche nella normalizzazione delle relazioni industriali.

Lo stesso discorso può valere per l'articolo 25, intitolato « L'osservatorio per l'occupazione dell'editoria ». Sappiamo che stanno emergendo — lo dico, purtroppo, con grande preoccupazione — situazioni di crisi in molti giornali.

Con l'articolo 23, intitolato « Fondo per la mobilità e la riqualificazione professionale dei giornalisti », proponiamo di rifinanziare, con cinque milioni l'anno per i prossimi cinque anni, un fondo, che può costituire un primo strumento di intervento per crisi più acute; ma se si dovesse estendere in forma più ampia una situa-

zione di sofferenza nelle imprese, allora sarà probabilmente necessario un intervento più diffuso.

In questo momento, non andiamo oltre la previsione di un osservatorio tripartito tra Governo, editori e organizzazione dei giornalisti, per tenere sotto controllo l'evolversi del mercato del lavoro nell'editoria, in modo poi da essere pronti a intervenire.

Questo è, in buona sostanza, il disegno di legge che propongo alla vostra lettura e alla vostra attenzione, per poterlo migliorare in tutti i suoi punti, laddove sia possibile. Non ho timore a dirvi che mi auguro che si possa arrivare a un miglioramento del testo, soprattutto nel campo del sostegno e della promozione dell'innovazione nel settore dell'editoria.

Sappiamo che la promozione dell'innovazione è difficile da effettuarsi quando si hanno poche risorse, ma quello di incentivare il passaggio alle nuove tecnologie, eventualmente per spingere gli operatori dell'editoria a passare dalle forme più antiche e consolidate di elaborazione di prodotti editoriali a quelle nuove, è un tema importante.

Tutto quello che possiamo fare in questo campo, così come tutto quello che si potrà fare per promuovere la lettura, credo che possa essere una buona opera di miglioramento di questo testo, che abbiamo elaborato secondo coscienza, con largo ascolto di tutti e con uno spirito, francamente, non di parte, nel rispetto di una consolidata tradizione di questo settore, di questa Commissione in particolare, per un lavoro in comune che trascende gli steccati degli schieramenti contrapposti.

**PRESIDENTE.** Do la parola ai colleghi che intendano porre quesiti o formulare osservazioni.

**WLADIMIRO GUADAGNO detto VLADIMIR LUXURIA.** Ringrazio il sottosegretario Levi per aver illustrato la nuova disciplina sull'editoria. Ovviamente, dovremo avere il tempo necessario per analizzare meglio il testo, dal momento che lo abbiamo ricevuto questa mattina.

Noto, intanto, qualche miglioramento rispetto agli annunci che erano stati fatti. In Commissione bilancio, ad esempio, è passata qualche modifica. Rispetto a un taglio del 7 per cento, infatti, si è passati a un taglio del 2 per cento, anche se rimane il problema relativo ai 120 milioni di euro per il 2008, che potrebbero essere aumentati, come accaduto per i 48 milioni che risultavano in eccesso, per i quali è stata trovata comunque una copertura.

Se non sbaglio, quello che lei diceva riguardo alle spese postali, ossia il fatto che si passa dalla tariffa agevolata a un credito di imposta, rende forse meno variabili questi costi aggiuntivi rispetto agli anni precedenti...

PRESIDENTE. Purtroppo non con effetto sulla finanziaria!

WLADIMIRO GUADAGNO detto VLADIMIR LUXURIA. No?

PRESIDENTE. Mi permetto di dialogare. Sto commentando la giustissima osservazione della collega Luxuria. Voglio solo sottolineare che la legge finanziaria in corso di discussione al Senato, per quanto riguarda le spese postali, si riferisce al vecchio regime. Invece, il regime proposto dal Governo con il disegno di legge, per entrare in vigore, deve essere prima approvato.

WLADIMIRO GUADAGNO detto VLADIMIR LUXURIA. Inoltre, è stato ripristinato il concetto di retroattività, nel senso che per tutti i finanziamenti già messi in bilancio per gli anni precedenti, per il 2007, si afferma che almeno i tagli non possono superare il costo complessivo di grafici, poligrafici, giornalisti professionisti, collaboratori e vari precari, ai quali almeno si dà la sicurezza di recuperare i compensi per i pezzi scritti, considerato che già guadagnano poco.

Credo, tuttavia, che sia necessario fare di più, soprattutto per i gruppi editoriali meno forti, quelli senza profitto, per i quali è più difficile trovare un mercato pubblicitario. Alcuni marchi, infatti, non

vogliono una connotazione politica, non vogliono connettersi politicamente a quotidiani minori né di destra, come *Il Secolo d'Italia* o *la Padania*, che usufruiscono di contributi, né di sinistra, come *Liberazione* o il *Manifesto*.

Mi chiedo, quindi, se sia possibile considerarli come esenti da qualsiasi taglio, se si possa individuare un tetto pubblicitario, non a livello percentuale (come ho visto all'articolo 18, in cui, a proposito dei contributi diretti all'editoria quotidiana e periodica, per le condizioni di accesso si parla di livelli percentuali, rispetto ai ricavi pubblicitari) al di sotto del quale i quotidiani che hanno grosse difficoltà possono avere un esonero totale dei costi.

Infine, sono contenta che sia stato aggiunto un comma all'articolo 7. Personalmente, avrei inserito la parola « *blog* ». Ad ogni modo, è stata fatta questa scelta e lei, sottosegretario, ha affermato che in quella definizione rientrano anche i *blog*, che non possono essere considerati come un progetto editoriale, ma sono autonomi, gratuiti, interattivi e difficilmente censurabili. Nel qual caso, infatti, bisognerebbe censurare i commenti che vengono fatti su questi *blog*, e dunque si porrebbe il problema di prevedere una sanzione penale per chi gestisce un *blog*, che potrebbe non essere la stessa persona che scrive i commenti che vi vengono inseriti.

Credo, invece, che sia giusto stabilire delle regole per le attività imprenditoriali *on line*, anche perché ormai molta informazione di tipo imprenditoriale ha superato, a livello di ricavi pubblicitari, la stessa carta stampata.

Volevo chiederle, sottosegretario Levi, se il problema di dare un ambito territoriale alla rete - questione che, ad esempio, riguarda il *blog* - può verificarsi anche per i giornali *on line*. Mi chiedo se un giornale *on line* che opera in Italia possa servirsi di un *server* straniero e se questa ipotesi sia già stata contemplata.

GIUSEPPE GIULIETTI. Innanzitutto, esprimo la mia solidarietà al sottosegretario Levi. Lo dico senza scherzare, perché di questi tempi decidere di affrontare il

problema di un riordino complessivo di questo settore significa — mi rivolgo a me stesso e a tutti i colleghi — compiere una scelta molto delicata.

Parliamo, infatti, di una materia delicatissima, in cui si intersecano interessi contrastanti e consolidati e rispetto alla quale si corre il rischio di affrontare la questione al grido « la casta contro la casta », « politica contro giornalisti », « editori contro giornalisti ». Nella logica, questo è il momento di una ritorsione degli uni contro gli altri. Si potrebbe anche ottenere qualche soddisfazione, ma il finale di partita è la devastazione assoluta di un principio di innovazione, di moralizzazione e di modernizzazione. È un modo pericolosissimo di affrontare tale problema.

Dico questo perché sento pronunciare frasi come: « Loro hanno scritto e noi risponderemo », « Abrogheremo il fondo per l'editoria », « Difenderemo i contributi per i giornali di partito », e via dicendo.

Questa è una modalità che non ha luogo, perché introduciamo una normativa — ci auguriamo — per il futuro, non a partire dagli scontri esistenti. Tale considerazione dovrebbe valere anche per altri aspetti, ma, occupandomi ormai scarsamente di politica, mi attengo solo alla materia che ho tentato di studiare.

Avendo assunto tutti assieme, anche a parti rovesciate, nel passato l'impegno di affrontare questo provvedimento solo a larghe maggioranze, per quanto mi riguarda — lo chiedo al sottosegretario che lo ha già detto, ma vorrei che venisse esplicitato ulteriormente —, penso che un provvedimento che affonda nell'articolo 21 della Costituzione debba essere portato avanti con il più ampio consenso delle forze politiche e sociali.

Affermammo tale posizione per la cosiddetta legge Bonaiuti, quando affrontammo l'esame del testo Chiti. A mio giudizio, dunque, questo discorso vale anche a parti rovesciate. Dobbiamo proseguire con la stessa attenzione e serietà che ci ha visti uniti su altri provvedimenti delicati (penso a quello relativo alla SIAE).

La materia in esame è molto scivolosa, per cui occorre una grande attenzione. Mi permetto di prendere a prestito alcune osservazioni del professor Tranfaglia, uno degli storici più attenti ai temi dell'editoria. Penso che una riforma moderna dovrebbe rileggere attentamente l'articolo 21 della Costituzione e le ragioni della legge n. 416 del 1981, che ebbe, tra i suoi padri, lo stesso professor Cheli, che è stato tra i consulenti di questa riforma, a mio giudizio, con scelta felice.

Dico questo perché quell'articolo — mi corregga, professore, se sbaglio — non si basava solo su principi di democrazia industriale, ma si poneva un problema relativo a diverse possibilità, come quella che un gruppo sociale potesse non farcela, o che venisse negata la pubblicità o l'accesso alle reti, o che un gruppo di minoranza facesse una campagna sulla pena di morte. Ci si chiedeva, dunque, se vi fosse il diritto di esprimersi, nel caso in cui fosse deciso un *blackout* su un tema sgradito. Tale considerazione può valere per questo principio, come per altri.

Successivamente, si sono introdotte delle distorsioni da eliminare, sacche di corruzione e di privilegio, magari finte cooperative e finti giornali di partito; un ambito nel quale, a mio giudizio, bisogna disboscare senza paura e in ogni caso.

Il principio di fondo, tuttavia, era un altro e si riferiva alle modalità in cui si moltiplicavano le voci e le culture politiche e locali. A mio parere, checché ne dica qualcuno degli « urlatori » di questa stagione, non è questo il principio da spiantare.

Svolgo solo alcune rapide osservazioni. Nella rilettura del principio della legge n. 416 del 1981 e dell'articolo 21 della Costituzione, laddove lei, sottosegretario, parla dei limiti, degli incroci e dei poteri dell'Autorità, mi permetterei di segnalare che esistono nuove forme di dominanza in sede regionale, nei bacini interregionali. Nascono infatti consorzi di editori, o singoli editori, che assumono il controllo di singole regioni, attraverso l'integrazione tra editoria, pubblicità ed emittenza. Que-

sta è una forma rischiosa, qualunque sia il nome dell'editore. Tale tema deve essere affrontato e non è cancellabile.

In secondo luogo, chiedo conferma se vi sia, come mi pare di cogliere positivamente, un'estensione delle norme all'intero settore del libro. Dico questo perché, siccome non credo che si formulerà una legge organica sul libro, mi parrebbe importante un'estensione dei principi generali di innovazione e di accesso al credito anche per il settore librario.

Sulla parte relativa a internet -se posso esprimere un'opinione del tutto privata che non implica un giudizio dei gruppi -, credo sia meglio non parlarne, piuttosto che creare confusione. Se il problema è introdurre delle norme che valgono per coloro che hanno accesso ai finanziamenti, parliamo di una questione chiara. Invece, vi inviterei a valutare con grande attenzione qualunque altra norma che dovesse estendere persino l'iscrizione al ROC (Registro operatori della comunicazione) - peraltro, nelle condizioni attuali non è neanche in grado di farlo, a mio giudizio, ma questa è una valutazione tecnica *a latere* - o che dovesse ingenerare un elemento di sospetto sui criteri di regolazione.

Con questo, mi rifaccio alle dichiarazioni molto sagge che il professor Rodotà rese in questa Commissione quando discutemmo della legge Bonaiuti (tra l'altro, è presente l'onorevole Turco, che è stato europarlamentare). In quell'occasione, il professor Rodotà ci invitò a riprendere in mano tutti i documenti di autoregolamentazione delle autorità di garanzia europee, che invitavano a trovare forme coordinate che si fondassero non su una norma nazionale, ma su una capacità di regolazione internazionale. Si tratta di un tema delicatissimo, non per ragioni politiche, ma proprio per il funzionamento della rete, del *blog*.

Personalmente, dunque, non la vedo affatto nelle vesti del censore, sottosegretario, non mi associo a questo tipo di polemica. Penso semplicemente che oc-

corre fare attenzione al fatto che una norma come questa richiede un supplemento di indagine.

Considero molto positivamente il comma aggiuntivo che è stato presentato, ma credo che sia necessario ascoltare anche le nuove associazioni, nate nella rete, che non sono rappresentate né dagli editori, né dalle forze politiche. Bisogna riportare al tavolo questo tipo di nuove realtà, che sono nate nel mondo della rete.

Infine, chiederei di prestare una grande attenzione al rapporto tra le leggi nazionali e quelle regionali, perché sono nate nuove leggi regionali sull'editoria (penso al Piemonte, ma anche ad altre regioni), ed è importante capire quale sia l'ambito di competenze. Questo problema lo abbiamo avuto anche quando abbiamo affrontato il tema della musica (la riserva nazionale e quelle regionali). Ho visto, sottosegretario, che ha accennato a questo argomento che, forse, meriterebbe una maggiore attenzione.

Dal momento che condivido un percorso che andrà integrato attraverso l'ascolto e una serie di attenzioni specifiche, le chiedo se nella legge finanziaria - se ne occuperà questa Commissione - viene confermato il mantenimento dei livelli dell'anno precedente. In questa Commissione, votammo all'unanimità alcuni ordini del giorno che stabilivano che, prima della legge di riforma dell'editoria, era necessario evitare un clima di instabilità nel settore. In altre parole, non si devono effettuare tagli surrettizi ai contributi, diretti o indiretti, o alle convenzioni per le agenzie e per le radio, al fine di evitare che si arrivi a discutere del progetto, essendosi già verificata una riduzione del bacino con la scorsa legge finanziaria, sia pure corretta grazie all'intervento suo e delle Commissioni.

Le chiedo, quindi, sottosegretario, quante risorse mancano, rispetto all'anno scorso, nel fondo per l'editoria, in che modo è possibile lavorare all'interno delle Commissioni e come si possono affrontare gli obiettivi da lei delineati in una situazione di instabilità.

Concludo con una domanda — se me lo consentite — che non ha nulla a che fare con la legge sull'editoria, che discuteremo in altro momento e in altra sede.

Poiché lei ha una delega, a mio avviso importantissima, alle campagne di pubblicità progresso, posso chiederle di esaminare con attenzione, nel *budget* dell'anno successivo, due temi che sono stati affrontati da tutti in questa sede e in Commissione di vigilanza? Mi riferisco a una grande campagna nazionale sulla pena di morte e a una campagna nazionale sui temi della sicurezza e della prevenzione, contro le morti sul lavoro.

Dico questo perché, nonostante vi sia stata una votazione in merito, spesso mi capita di accendere la televisione la sera e — lo dico con tutto il rispetto — di essere informato in modo approfondito su alcuni delitti accaduti in questo Paese (ho contato 13 puntate), ma di non sapere assolutamente nulla su queste grandi tematiche. Se fosse compiuto un grandissimo sforzo nazionale, credo che si creerebbe un'alleanza positiva di tutti i soggetti politici e sociali.

PRESIDENTE. Abbiamo esaurito il tempo a nostra disposizione. Ci attende ora l'audizione informale di rappresentanti di CUN e AIDU, per cui dobbiamo rinviare il seguito dell'audizione.

NICOLA BONO. Hanno parlato solo i deputati della maggioranza!

PRESIDENTE. Sinceramente, la sua iscrizione a parlare è arrivata con ritardo, onorevole Bono. Ad ogni modo, concorderemo in tempi brevi una nuova data con il sottosegretario per concludere l'audizione.

Rinvio il seguito dell'audizione ad altra seduta.

**La seduta termina alle 16,15.**

---

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI  
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. COSTANTINO RIZZUTO

---

*Licenziato per la stampa  
il 26 novembre 2007.*

---

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

€ 0,30



\*15STC0006500\*