

Il Presidente

CAMERA DEI DEPUTATI

IX COMMISSIONE (TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI)

AUDIZIONE DEL PRESIDENTE DELL'AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

GIACOMO LASORELLA

15 giugno 2021

Il Presidente

Onorevole Presidente Paita, Onorevoli deputati,

1. Desidero innanzitutto ringraziarvi, anche a nome del Collegio dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per l’invito a questa audizione. L’AGCOM tiene particolarmente all’interlocuzione con questa Commissione e con il Parlamento nel suo complesso, con il quale doverosamente si rapporta, nell’ambito di un dialogo costante e proficuo.

2. Ci occupiamo oggi delle due proposte di regolamento, denominate *Digital Services Act* e *Digital Markets Act*, pubblicate dalla Commissione europea lo scorso 9 dicembre ed attualmente in discussione presso il Parlamento e il Consiglio dell’Unione Europea.

Si tratta di due dossier legislativi di grande momento, che mirano a tracciare quella che si potrebbe definire la “via europea” alla disciplina delle piattaforme digitali, di enorme e concreto interesse per tutte le istituzioni italiane titolari di competenze in tema di servizi *online*.

In particolare, la proposta di regolamento DSA si propone di aggiornare e sistematizzare la disciplina orizzontale delle condizioni di fornitura di beni, servizi e contenuti *online* – ad oggi ancora definita dalla direttiva

Il Presidente

sul commercio elettronico del 2000¹ e solo recentemente aggiornata, ma con un approccio finora solo settoriale, con puntuali riferimenti ai nuovi *players* digitali; penso alla recente revisione della direttiva sui Servizi Media Audiovisivi del 2018 (SMAV²) e al regolamento europeo “*Platform to business*”³.

La proposta di regolamento DMA prende le mosse dalla constatazione che l’evoluzione delle tecnologie e, conseguentemente, dei modelli di business digitali, ha consentito a poche grandi piattaforme di intermediazione online (nessuna delle quali europea) di assumere un ruolo di *gatekeeper* nell’ecosistema digitale, ponendo alcuni ostacoli strutturali allo sviluppo della concorrenza da parte delle imprese europee, sia nei mercati digitali, che in quelli tradizionali. Preso atto dell’insufficienza degli interventi *ex post*, fondati sulla normativa antitrust, la Commissione mira ad assicurare un funzionamento equo e contendibile dei mercati digitali, attraverso la imposizione di specifici obblighi e divieti *ex ante* a tali soggetti, qualora essi operino in una serie

¹ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000 relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ("Direttiva sul commercio elettronico")

² DIRETTIVA (UE) 2018/1808 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 14 novembre 2018 recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi), in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato.

³ REGOLAMENTO (UE) 2019/1150 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 20 giugno 2019 che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online

Il Presidente

di mercati chiave (i cd. *core platform services*), specificamente individuati dallo stesso regolamento.

3. Come sapete, AGCOM nasce, nel 1997, come autorità convergente, titolare di competenze regolatorie, di vigilanza e sanzionatorie nei settori dell'audiovisivo, delle telecomunicazioni, quindi dei servizi postali e, più recentemente, della tutela del diritto d'autore *online* e del *secondary ticketing*. Da ultimo, AGCOM è stata designata, nel dicembre scorso, ad opera della Legge n. 178/2020 ("Legge di Bilancio 2021"), come istituzione responsabile dell'attuazione del citato regolamento europeo *Platform to business*.

Questa attitudine convergente ha acquisito corpo e sostanza in particolare in questi ultimi anni, a seguito dell'evoluzione della tecnologia che ha portato alla digitalizzazione delle reti di comunicazioni elettroniche e dei servizi da esse veicolati; si è assistito, in particolare, alla creazione di nuovi mercati digitali e nuovi modelli di business, operati da piattaforme globali, che superano la tradizionale distinzione tra i vari settori delle comunicazioni e rimescolano la geografia dei mercati e delle relative discipline settoriali. Si pensi al ruolo assunto dalla piattaforma di intermediazione Amazon nel settore

Il Presidente

della consegna, oppure all'acquisizione di WhatsApp (fornitore di servizi di comunicazione interpersonale) da parte di Facebook.

In un simile contesto, è chiaro quindi che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni sia uno degli attori istituzionali principalmente interessati all'iniziativa legislativa DSA.

Per questo motivo, AGCOM è stata molto attiva sin dall'inizio del processo di elaborazione delle proposte legislative, fornendo un contributo individuale alla consultazione pubblica lanciata dalla Commissione europea nell'estate del 2020 e partecipando sia alla redazione dei contributi alla consultazione pubblica forniti dalle varie reti di regolatori settoriali di cui fa parte (il BEREC, per le comunicazioni elettroniche; l'ERGA, per l'audiovisivo; l'ERG-Post, per i servizi postali), sia alla formazione della risposta italiana alla predetta consultazione.

A valle della pubblicazione delle due proposte legislative, l'AGCOM ha quindi partecipato assiduamente ai tavoli nazionali di coordinamento, organizzati dapprima dal Dipartimento delle Politiche Europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri, quindi dal Dipartimento per la trasformazione digitale del Ministro per l'innovazione tecnologica e la transizione digitale, mettendo a disposizione la propria esperienza nel rapporto con le piattaforme digitali e fornendo il proprio contributo di

Il Presidente

analisi ed elaborazione di soluzioni tecniche nell’ambito dei dibattiti in corso presso i competenti gruppi di lavoro del Consiglio dell’Unione europea.

Va ricordato, peraltro, che la strategia europea di regolazione delle piattaforme non si esaurisce con le due iniziative legislative in esame, ma si inquadra in un complesso di iniziative legislative o di *policy* - quali lo *European Democracy Action Plan*, il *Media Action Plan* e, da ultimo, il *Media Freedom Act*, annunciato dal Commissario Breton pochi giorni fa – che si pongono di ristabilire un “*level playing field*”, in ossequio al principio ripetuto più volte nella Comunicazione del 2019 “*Shaping Europe’s digital future*”, una vera e propria dichiarazione di intenti della Presidente von der Leyen, secondo cui ciò che è illegale *offline* deve essere illegale anche *online*.

4. Passando al merito e soffermandomi dapprima sulla proposta *Digital Services Act*, desidero confermare che AGCOM sostiene con convinzione tanto gli obiettivi alla base della proposta legislativa, quanto i suoi principi fondanti e i principali strumenti regolamentari individuati.

Se, da un lato, è chiaro che i servizi digitali offrono oggi opportunità senza precedenti anche per le imprese europee, dall’altro non si può

Il Presidente

negare che la dipendenza che i cittadini, le imprese e persino le amministrazioni pubbliche stanno sviluppando nei confronti dei servizi offerti dalle maggiori piattaforme digitali determina, data l'enorme e preziosissima mole di dati generata dagli utenti, una serie di problemi rilevanti per cittadini ed utenti, anche in ordine alla tutela di alcuni diritti fondamentali: basti pensare ai fenomeni del cyberbullismo, dell'*hate speech* e ai casi di disinformazione.

Alcuni Stati Membri, tra i quali la Francia e la Germania⁴, hanno già iniziato a reagire mediante l'approvazione di norme nazionali. L'adozione di strategie nazionali rischia tuttavia di sfociare in una frammentazione giuridica che, a sua volta, si risolverebbe in un ostacolo per lo sviluppo delle imprese europee, rafforzando il potere di chi ha già acquisito una buona fetta del mercato e ne controlla l'accesso.

Non v'è dubbio, dunque, ad avviso di AGCOM, che l'intento perseguito dalla Commissione meriti un pieno e convinto sostegno.

⁴ La Germania ha approvato nel giugno 2017 il "Network Enforcement Act" - *Netzwerkdurchsetzungsgesetz, NetzDG* (<https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>), conosciuto anche come "Facebook Act" (Facebook-Gesetz), volto a contrastare le fake news nei social network. La Francia ha approvato nel dicembre 2018, una legge contro la manipolazione dell'informazione (<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037847559>), che crea una procedura prioritaria per contrastare le *fake news* durante il periodo elettorale.

Il Presidente

5. In tale ottica, si condivide innanzitutto l'utilizzo dello strumento del regolamento, in luogo delle tradizionali direttive, volto a facilitare la piena armonizzazione degli obblighi nei confronti delle piattaforme, a prescindere dal loro Paese di stabilimento. Si tratta di una scelta significativa, che parte dal riconoscimento della dimensione sovranazionale dei modelli di business delle piattaforme ed introduce un'evidente discontinuità rispetto al passato, nel tentativo di mitigare gli effetti del principio del Paese di Origine che ha costituito finora la pietra angolare della regolamentazione europea della disciplina dei contenuti. Tale principio è stato adottato diversi anni fa dalla normativa europea avendo in mente i servizi media audiovisivi tradizionali, i cui contenuti sono facilmente monitorabili e rivolti a mercati identificati o identificabili. Esso, tuttavia, perde di rilevanza (ed ingenera altresì rilevanti distorsioni) se riferito a piattaforme che offrono servizi digitali su scala globale.

AGCOM ha sempre sostenuto l'opportunità di riconsiderare le modalità d'applicazione del principio del Paese di Origine, ponendovi dei correttivi che consentano di regolamentare in modo efficace le piattaforme anche da parte degli Stati cui sono indirizzati i servizi/contenuti che esse diffondono. Il regolamento DSA muove alcuni passi proprio in questa direzione, definendo i medesimi obblighi

Il Presidente

e le medesime disposizioni per tutte le piattaforme, a prescindere dallo Stato in cui esse hanno stabilito la propria sede, senza lasciare alcun margine di flessibilità nella trasposizione agli Stati Membri.

6. Un secondo elemento positivo recato dal DSA è l'introduzione di un sistema graduato di obblighi e responsabilità nei confronti delle piattaforme digitali, crescenti al crescere del numero degli utenti delle piattaforme stesse. Gli obblighi più onerosi sono posti in capo alle cd. *Very large online platforms* (VLOPs), categoria che riunisce le piattaforme che vantano una base di utenti in tutta Europa pari ad almeno il 10% della popolazione continentale.

Le VLOPs sono chiamate a predisporre misure in grado di evitare un utilizzo fraudolento dei loro servizi, finalizzato a porre in essere condotte poco trasparenti o a diffondere contenuti o servizi illegali. Su questo aspetto, si potrebbe forse fare qualcosa di più: in considerazione del rischio che la diffusione di contenuti falsi o dannosi può avere per l'opinione pubblica, alle piattaforme di maggior rilevanza potrebbe essere imposto un obbligo di assumere un atteggiamento proattivo, volto ad informare gli utenti circa l'illiceità o la pericolosità di alcuni contenuti con cui essi vengono in contatto.

Il Presidente

7. Un altro elemento del DSA particolarmente innovativo ed interessante è quello che riguarda la *governance* del settore.

AGCOM apprezza in particolare la scelta operata dalla Commissione europea di affidare l'attuazione del regolamento alle autorità nazionali indipendenti competenti per materia. La proposta prevede che ciascuno Stato membro designi una o più autorità competenti per gli specifici settori oggetto del DSA ed introduce la figura del Digital Services Coordinator (di seguito, "il DSC"), individuato da ciascuno Stato Membro tra le autorità nazionali competenti, cui viene affidato il compito di facilitare l'applicazione coordinata delle norme del regolamento nei vari Stati.

In questa prospettiva, proprio in considerazione delle proprie competenze tecniche convergenti, nonché delle prerogative istituzionali di indipendenza, ritengo di poter segnalare sin d'ora che AGCOM presenta tutti i requisiti per ricoprire il ruolo di Digital Service Coordinator italiano.

8. Ritengo utile condividere con voi anche qualche elemento potenzialmente problematico che l'Autorità ha indentificato, alla luce della esperienza maturata nel rapporto con le piattaforme.

Il Presidente

Segnalo innanzitutto come il DSA, in coerenza con l'approccio orizzontale adottato, consideri il settore dei contenuti e l'attività di diffusione degli stessi alla stregua di qualsivoglia altro settore o mercato.

Si tratta, a mio avviso, di un errore di prospettiva; la regolamentazione dei contenuti mira in effetti a tutelare interessi fondamentali dell'uomo e del cittadino (quali lo sviluppo dei minori, il contrasto all'incitamento all'odio ed alla discriminazione, il pluralismo, la libertà di espressione e l'accesso all'informazione). Il danno che può derivare dalla diffusione di contenuti illegali o dannosi all'interno di piattaforme come i *social media* è conseguentemente ben più rilevante rispetto a quello che potrebbe essere ingenerato, ad es., dal mancato rispetto delle disposizioni in tema di non discriminazione e trasparenza nelle transazioni commerciali. Ciò dovrebbe condurre il legislatore europeo a prevedere tutele rafforzate rispetto alle attività di diffusione di contenuti illeciti o dannosi.

9. AGCOM rileva inoltre l'opportunità che il regolamento introduca alcuni chiarimenti in merito al coordinamento tra le disposizioni del DSA e i vari plessi normativi settoriali (considerati dal DSA stesso come "*lex specialis*" e quindi prevalenti).

Il Presidente

Rimanendo nel perimetro dei servizi audiovisivi, l'art 28 bis della nuova direttiva SMAV prevede obblighi specifici nei confronti delle cd *Video sharing platforms*, a tutela dei minori e a contrasto dell'incitamento all'odio. Questi obblighi non sono tuttavia corredati da un adeguato impianto di *enforcement* (poteri di monitoraggio, ispettivi, e sanzionatori), a cura delle autorità competenti. Il regolamento DSA introduce a favore delle autorità competenti un efficiente sistema di poteri e di presidi sanzionatori, ma, secondo una possibile interpretazione dell'attuale formulazione del testo, esso potrebbe non applicarsi alle fattispecie previste dall'art. 28 bis della nuova SMAV.

Lo stesso accade in relazione ad alcune previsioni della nuova direttiva Copyright⁵.

È dunque essenziale – e mi permetto di sottoporre alla Commissione l'opportunità di esplicitare tale opzione nel parere che essa sarà chiamata ad esprimere - che il regolamento DSA contenga specifiche previsioni in grado di assicurare il necessario coordinamento tra le norme orizzontali recate dal regolamento stesso e i presidi regolamentari settoriali.

⁵ DIRETTIVA (UE) 2019/790 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 17 aprile 2019 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE

Il Presidente

10. Alcune incertezze interpretative risiedono inoltre nelle norme dedicate alla *governance*. A tal riguardo, al fine di non creare un ulteriore e superfluo livello di interazione tra istituzioni, sarebbe opportuno che il regolamento chiarisse che il Digital Service Coordinator (DSC) non si pone come soggetto sovraordinato gerarchicamente alle autorità competenti per l'applicazione nazionale delle norme DSA nei settori di riferimento.

Alcuni chiarimenti procedurali appaiono poi necessari in merito alla gestione delle indagini su casi che interessano più Stati Membri, in termini di ordinamento giuridico applicabile e di modalità di coordinamento.

11. La valutazione dell'Autorità è complessivamente positiva anche in relazione alla proposta di regolamento DMA.

Si apprezza in particolar modo l'ambizione della proposta legislativa di porre dei limiti al potere di mercato dei *big players* globali, al fine di assicurare la contendibilità e la possibilità di accesso ai nuovi mercati digitali anche da parte di nuovi operatori economici. L'ambito soggettivo di applicazione del regolamento DMA comprende certamente, ma non solo, i cd. GAFAM – Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft.

Il Presidente

Parimenti, si condivide l'approccio, comune a quello seguito dalla proposta DSA, di considerare le nuove disposizioni come complementari rispetto alle vigenti norme settoriali.

La Commissione europea è infatti ben consapevole che vari *core platform services* sono già soggetti alla disciplina di altri plessi normativi europei, sia pur per il perseguimento di obiettivi diversi; si pensi, per restare nel perimetro dei settori di competenza dell'Autorità, alle già citate norme del regolamento Platform-to-Business e della direttiva sui servizi media audiovisivi, nonché a quelle recate dal Codice europeo delle comunicazioni elettroniche.

La proposta legislativa opportunamente chiarisce che le disposizioni recate dal regolamento DMA intendono integrare, non sostituire, il quadro vigente, con specifico riferimento al novero limitato dei suoi destinatari.

12. Qualche perplessità desta invece l'impianto regolamentare definito dalla proposta DMA, essenzialmente fondato sulla designazione preventiva dei *gatekeepers* e sull'applicazione pressoché automatica ad essi di una serie di divieti ed obblighi, definiti dagli articoli 5 e 6 del regolamento.

Il Presidente

Tale automatismo dovrebbe, nel disegno della Commissione, accelerare e rendere più efficace l'azione regolamentare. Nonostante alcuni margini di flessibilità applicativa previsti in alcuni casi (ad es. per la individuazione di nuovi *gatekeepers* o di nuovi *core platform services*, o per la previsione di misure speciali in caso di violazioni sistemiche degli obblighi generali), tale impianto generale appare piuttosto rigido e poco adatto ad intercettare le esigenze di mercati e servizi altamente dinamici. Al fine di ovviare a tale rigidità, è possibile trarre spunto dalla ultraventennale esperienza applicativa della disciplina delle comunicazioni elettroniche, sviluppatasi sull'analoga esigenza di prevenire possibili problemi concorrenziali mediante l'applicazione di rimedi ex ante efficaci e proporzionati.

In particolare, dalla disciplina delle comunicazioni elettroniche è possibile mutuare l'utilizzo di rimedi mirati e *principle based*, da selezionare e declinare in relazione a ciascun *gatekeeper*, a valle di una puntuale analisi di mercato. Lo strumento dell'analisi di mercato potrebbe essere utilmente affiancato all'applicazione dei rimedi generali di cui agli articoli 5 e 6, al fine di assicurare un costante adeguamento delle previsioni regolamentari ad una realtà digitale in continua evoluzione.

Il Presidente

13. Un altro significativo profilo critico del regolamento DMA, in qualche misura connesso a quello appena evidenziato, è l'insufficiente articolazione del modello di *governance*, e, segnatamente, l'assenza di un quadro di raccordi tra livello europeo e livello nazionale ai fini della sua applicazione.

La proposta fa un generico e pressoché esclusivo riferimento alla Commissione europea come soggetto titolare dell'applicazione del regolamento, mentre il ruolo degli Stati membri è confinato alla partecipazione al *Digital Markets Advisory Committee* previsto dall'articolo 32, un comitato governativo incaricato di fornire pareri alla Commissione sulle principali decisioni ad essa demandate dal regolamento (ad esempio, in merito alla designazione di un *gatekeeper* a seguito di un'indagine di mercato; alla sospensione ed esenzione degli obblighi; alla imposizione di misure cautelari...).

In termini generali, in considerazione della dimensione sovra-nazionale dell'ambito di operatività dei *gatekeepers*, una centralizzazione delle decisioni appare ragionevole; tuttavia, il regolamento, lungi dal descrivere un modello istituzionale articolato, si limita ad un generico riferimento alla Commissione europea quale autorità titolare dei poteri e delle competenze applicative, lasciando vari interrogativi in relazione,

Il Presidente

ad esempio, alla disponibilità di risorse e competenze tecniche utili allo svolgimento di puntuali attività di monitoraggio.

Alcune considerazioni critiche meritano anche la natura ed il ruolo del Digital Markets Advisory Committee. Non è chiaro infatti perché, mentre in tutti i mercati delle *utilities*, contigui a quello delle piattaforme online, un ruolo consultivo a livello europeo è assegnato ad organismi che raggruppano i regolatori indipendenti nazionali, in questo caso si sia pensato all'istituzione di un organismo governativo, che non può garantire, per sua natura, i necessari requisiti di terzietà e competenza tecnica. Più condivisibile appare l'approccio adottato nel DSA, nel quale, come ho appena detto, la funzione consultiva nei confronti della Commissione è affidata ad un organismo composto dai cd. Digital Service Coordinators, ossia i rappresentanti delle autorità nazionali competenti in relazione ai vari profili regolamentari.

La definizione di un organismo consultivo composto da rappresentanti dei regolatori nazionali a vario titolo competenti potrebbe inoltre assicurare un'applicazione delle disposizioni regolamentari coordinata e coerente rispetto ai vari plessi normativi settoriali.

14. Si segnala, infine, la totale assenza di riferimenti ad una dimensione applicativa nazionale delle norme del regolamento.

Il Presidente

Il regolamento potrebbe utilmente prevedere che una serie di competenze (il monitoraggio dei mercati e la raccolta di dati e informazioni; la gestione delle segnalazioni e dei reclami degli utenti commerciali, anche di piccole dimensioni; il contributo alla specificazione degli obblighi regolamentari sulla base dell'analisi di mercato) siano assegnate a soggetti nazionali già esistenti ed operanti nel campo della regolamentazione di servizi digitali.

15. I rilevi critici sopra richiamati sono alla base di due documenti del BEREC, pubblicati appena la scorsa settimana, che mi permetto di segnalare alla vostra attenzione⁶.

In tema di *governance*, particolarmente interessante è la posizione recentemente espressa da Andreas Schwab, Europarlamentare relatore presso la Commissione Internal Market and Consumer Protection, la cui relazione propone, all'articolo 31 bis, l'istituzione di un *High-Level Group of Digital Regulators*, composto da rappresentanti delle autorità nazionali competenti (tra cui sono richiamate espressamente quelle responsabili in materia di comunicazioni elettroniche e di protezione dati), incaricato

⁶ Si tratta dei documenti "BoR (21) 94 1 *BEREC proposal on remedies-tailoring and structured participation processes for stakeholders in the context of the Digital Markets Act*", e BoR (21) 93 "*BEREC proposal on the set-up of an Advisory Board in the context of the Digital Markets Act*", rispettivamente recanti proposte in merito agli aspetti di merito e istituzionali della proposta di regolamento DMA.

Il Presidente

di fornire assistenza tecnica alla Commissione europea, da affiancare al comitato governativo di cui all'articolo 32.

16. In estrema sintesi, ribadisco che l'Autorità condivide l'approccio regolamentare "orizzontale" e "complementare" adottato da entrambe le proposte legislative.

Una particolare attenzione va posta, ai fini di un miglioramento delle relative previsioni dei due regolamenti, alle norme che disciplinano i raccordi con le preesistenti disposizioni settoriali e al tema della *governance*, con particolare attenzione ai profili della dimensione nazionale e della competenza tecnica degli attori coinvolti.

Tanto l'architettura complessiva quanto la puntuale definizione di obblighi, strumenti e processi regolamentari potranno beneficiare di miglioramenti nel corso dell'iter legislativo europeo, mediante specifici emendamenti al testo, nonché chiarimenti applicativi, mediante atti d'implementazione (peraltro già previsti da entrambi i regolamenti), raccomandazioni e linee guida applicative.

L'Autorità conferma la propria disponibilità a fornire il proprio contributo, nell'ambito del tavolo di coordinamento governativo e in tutte le sedi istituzionali deputate, al fine di contribuire all'elaborazione

Il Presidente

di soluzioni e proposte idonee ad assicurare una più chiara ed efficace formulazione delle norme dei due regolamenti.

17. Mi avvio alla conclusione con una annotazione finale: non vi sarà sfuggito che buona parte delle riflessioni relative alla proposta di regolamento DSA ha riguardato temi attinenti alla regolazione dei contenuti. Come ricordato in avvio, si tratta di uno dei due settori centrali della disciplina DSA - insieme a quello relativo alle piattaforme d'intermediazione commerciale (i cd. marketplace).

Come ho segnalato, su questo settore il DSA presenta diversi punti di intersezione con le direttive SMAV e Copyright.

A questo proposito, vale la pena ricordare che in Italia il processo di recepimento della direttiva SMAV del 2018 è ancora in corso; si potrebbe pertanto considerare questa circostanza per riflettere in merito alla possibilità di affrontare nel nuovo Testo Unico dei servizi media digitali alcuni dei temi specificamente connessi alla disciplina dei contenuti, nel solco delle indicazioni fornite dalla proposta di regolamento DSA, al fine di adeguare le responsabilità e gli obblighi che incombono sulle *Video Sharing Platform* alle effettive esigenze di tutela richieste dalla stessa direttiva SMAV.

Il Presidente

A tal fine, pare opportuno dotare l'AGCOM, autorità competente per l'attuazione della SMAV, di maggiori strumenti e poteri, sia dal punto di vista del monitoraggio e della richiesta di informazioni nei confronti delle piattaforme *online*, sia dal punto di vista sanzionatorio, a corredo delle previsioni di cui all'articolo 28bis della nuova SMAV.

In questo senso, ritengo possano soccorrere i criteri di delega per il recepimento della direttiva SMAV, definiti all'art. 3 della Legge 22 aprile 2021, n. 53.

La cd. Legge di delegazione europea 2019-2020, impegna in effetti il Governo a *“riordinare le disposizioni del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici [...] attraverso l'emanazione di un nuovo Testo unico dei servizi di media digitali con adeguamento delle disposizioni e delle definizioni, comprese quelle relative ai servizi di media audiovisivi, radiofonici e ai servizi di piattaforma per la condivisione di video, alla luce dell'evoluzione tecnologica e di mercato, [...] affidando i relativi compiti, anche di promozione di procedure di auto-regolamentazione e co-regolamentazione, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni quale Autorità nazionale di regolamentazione di settore”*.

Un indirizzo non dissimile è recentemente stato promosso in sede parlamentare; faccio riferimento rispettivamente alle mozioni dei deputati Meloni ed altri e Liuzzi ed altri dello scorso 26 maggio, approvate dalla Camera, che impegnano il Governo a:

Il Presidente

- considerare nel nuovo Testo Unico dei servizi di media audiovisivi le mutate condizioni di mercato con la presenza sempre più rilevante delle diverse piattaforme multinazionali (mozione Meloni ed altri n. 1-00391);
- promuovere attivamente il pluralismo dell'informazione, anche attraverso i media digitali *online*, tutelando al tempo stesso i cittadini da usi manipolativi, dalla costruzione e dalla diffusione intenzionale di *fake news*, e dalla messa in atto di comportamenti discriminatori verso individui e comunità prevedendo altresì specifiche misure per evitare la diffusione di stereotipi di genere offensivi o messaggi sessisti e violenti (mozione Liuzzi ed altri n. 1-00486);

Auspico quindi che il nuovo Testo unico dei media digitali e la trasposizione della direttiva Copyright possano tener conto ed agganciare le più recenti tendenze regolamentari europee delineate dal regolamento DSA, a beneficio dei cittadini ed utenti italiani.

Consegno queste riflessioni alla competenza della Commissione e sono pronto a rispondere ad eventuali domande.

Vi ringrazio per l'attenzione.