



**COMMISSIONE STRAORDINARIA PER IL CONTRASTO DEI
FENOMENI DI INTOLLERANZA, RAZZISMO, ANTISEMITISMO E
ISTIGAZIONE ALL'ODIO E ALLA VIOLENZA**

*Audizione di Sky Italia nell'ambito dell' "Indagine conoscitiva sulla natura,
cause e sviluppi recenti del fenomeno dei discorsi d'odio,
con particolare attenzione alla evoluzione della normativa europea in materia"*

Roma, 10 marzo 2022



Desideriamo innanzitutto ringraziare la Commissione per questa indagine conoscitiva e per l'opportunità di questa audizione, che consideriamo molto importante, vista la rilevanza del tema e **l'attenzione che da sempre Sky dedica** al contrasto di fenomeni come l'*hate speech*.

Come *media company leader* in Europa, Sky da sempre si impegna in prima persona per promuovere comportamenti inclusivi sia all'interno che all'esterno dell'azienda, nella consapevolezza di avere una responsabilità sociale importante e una capacità di ispirare le persone fuori dal comune.

Proprio per questo, in tutto quello che facciamo, non dimentichiamo mai la nostra vocazione ad essere una **forza positiva** per le comunità in cui viviamo e lavoriamo.

Partendo dal nostro interno, operiamo per abbattere i pregiudizi, nella convinzione che un ambiente inclusivo generi valore, innovazione ed eccellenza per l'azienda, ma anche un impatto positivo sull'intera società.

Per questo, da diversi anni abbiamo avviato una serie di iniziative volte a rendere Sky, ogni giorno di più, un luogo in cui **ogni individuo si senta libero di essere sé stesso** e di esprimere appieno le proprie potenzialità.

Abbiamo infatti un team interamente dedicato alla *Diversity & Inclusion*, che si occupa di creare consapevolezza su queste tematiche per noi così rilevanti.

Sappiamo infatti quanto **la diversità sia un enorme valore** per le aziende e per la società: genera innovazione e promuove la creatività, grazie alla ricchezza di idee e dei tanti punti di vista che rappresentano di fatto le sfaccettature del Paese.

Da anni, Sky è quindi impegnata in iniziative volte a favorire l'integrazione e tutelare le minoranze.

Nel 2020, ad esempio, il Gruppo Sky **ha stanziato 30 milioni di sterline a supporto dell'inclusione e della diversità** con l'obiettivo di **sostenere le comunità** impattate dal razzismo, aumentare la rappresentanza delle **minoranze etniche** a tutti i livelli dell'azienda e **utilizzare la voce di Sky** per condannare le ingiustizie.

In poco più di un anno, sono stati investiti 11 milioni in diverse iniziative tra cui una campagna per eliminare il razzismo dallo sport e attività a supporto di talenti emergenti che hanno scelto di raccontare storie potenti di diversità razziale dentro e fuori dallo schermo.



Con specifico riferimento al nostro Paese, è attivo un gruppo di lavoro tra le diverse direzioni aziendali, il "*Cantiere Inclusion*", che ha dato vita, tra le altre cose, a un progetto sul *gender balance* per misurare la presenza di donne ai diversi livelli aziendali e promuovere l'*empowerment femminile*, occupandosi di organizzare, inoltre, **attività di formazione** per i nostri manager e per tutti i dipendenti, come ad esempio il percorso sugli "*unconscious bias*" che ha aiutato le nostre persone ad acquisire consapevolezza sui pregiudizi inconsci che tutti noi abbiamo e che condizionano le nostre scelte.

Per promuovere il **dialogo tra colleghi**, abbiamo anche ideato iniziative per discutere apertamente temi come sessismo, razzismo e della disabilità nello sport e quello delle adozioni LGBT+.

Favoriamo inoltre la **creazione di network di dipendenti**, come *Women@Sky* lanciato proprio pochi giorni fa in occasione della giornata internazionale dei diritti della donna, e stiamo lavorando per promuovere nelle prossime settimane un network LGBT+.

Siamo convinti che l'**ignoranza** e la **paura** del diverso siano spesso alla base di comportamenti razzisti e discriminatori.

Per questo, Sky **organizza molteplici incontri con ospiti esterni** - come ad esempio in occasione della giornata della visibilità transgender - per creare occasioni di condivisione, di aggiornamento e di conoscenza.

Come media company, siamo anche consci dell'importanza di **usare la nostra voce per promuovere una società migliore**. Attraverso i nostri contenuti creiamo consapevolezza nell'opinione pubblica e grazie alla varietà dei nostri programmi siamo in grado di **sensibilizzare audience** con interessi molto diversi.

Come azienda audiovisiva che da anni offre agli utenti informazione attraverso un **canale All News**, abbiamo quindi fortemente a cuore il rispetto della dignità umana e dei diritti fondamentali della persona.

Lavoriamo per essere un punto di riferimento per **credibilità** ed **equilibrio**, soprattutto a fronte di una costante amplificazione del fenomeno delle *fake news* svolta dalla rete *internet*.

La copertura editoriale sui temi relativi all'inclusione è **al centro dell'attenzione delle nostre testate giornalistiche**, che dedicano a questi argomenti approfondimenti e inchieste, come la campagna di Sky TG24 contro il femminicidio ("**Basta**"), che ha approfondito questo tragico fenomeno attraverso una programmazione dedicata di un



mezzo mese in avvicinamento alla Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne. Attraverso servizi, interviste e analisi che hanno trovato spazio in tutto il palinsesto della testata, Sky TG24 ha tenuto alta l'attenzione su questo argomento così importante, raccontandolo in tutti i suoi aspetti, non solo quando l'urgenza della cronaca lo impone all'agenda del Paese.

In collaborazione con organizzazioni che radunano le aziende impegnate sul fronte dell'inclusione, Sky TG24 ha inoltre sviluppato e mandato in onda degli speciali per fare il punto sulla **parità di genere nel mondo del lavoro** in Italia.

Anche **Sky Sport** promuove informazione e dialogo sui temi dell'inclusione e della diversità, grazie a inchieste, incontri e documentari sulla **discriminazione nel mondo dello sport**, tra cui ricordiamo l'inchiesta esclusiva di Matteo Marani "1938 - Lo sport italiano contro gli ebrei : un viaggio nel passato, fatto di documenti inediti, che parte dal 18 settembre di quell'anno, quando - in occasione della prima giornata di Serie A - quella che avrebbe dovuto essere una normale domenica di pallone passerà tragicamente alla storia per il discorso sulla razza pronunciato da Benito Mussolini a Trieste.

Altra iniziativa di rilievo riguarda il documentario "**Outraged**", prodotto dalla UEFA e curato da Sky nella versione italiana. Il documentario, andato in onda sui canali Sky Sport in Italia, è una delle tappe del percorso che vede Sky impegnata come partner di UEFA nel promuovere progetti e campagne contro ogni tipo di discriminazione. In **Outraged**, alcuni dei più grandi nomi del calcio del passato e del presente condividono le loro esperienze personali su temi del razzismo, sessismo e omofobia, fornendo spunti di riflessione su come combattere ed eliminare questi problemi dallo sport.

I **nostri contenuti originali** sono un'altra importante occasione per sensibilizzare il nostro pubblico, a partire dalle nostre serie Sky Original - basti pensare alla serie tv "We Are Who We Are", una storia di amicizia, di crescita, e di accettazione di sé e degli altri.

Lo stesso vale per i nostri show iconici come **Masterchef** e **X Factor**: l'ultima edizione del nostro talent show musicale ha acceso ancora di più i riflettori sui valori dell'inclusività, della libertà e del superamento dei confini intergenerazionali eliminando la storica divisione degli aspiranti artisti per categorie. E anche **Masterchef** quest'anno ha visto la partecipazione di una masterclass particolarmente cosmopolita ed eterogenea, simbolo del futuro della cucina italiana.

Con particolare riferimento, poi, all'**evoluzione della normativa europea in materia**, vorremmo esprimere il nostro apprezzamento per la scelta del Legislatore di introdurre nel nostro ordinamento, con il recepimento della *Direttiva europea sui Servizi*



Media Audiovisivi, importanti disposizioni volte a garantire, tra l'altro, azioni più incisive di contrasto al fenomeno dell'*hate speech* anche nei confronti dei nuovi soggetti che operano nel mondo *on line*.

Tale iniziativa si è rivelata tanto più opportuna non solo in considerazione del fatto che è proprio con riferimento alle **piattaforme *on line*** che è sorto e va aggravandosi il problema dell'*hate speech*, ma anche nell'ottica di garantire una maggiore armonizzazione con la disciplina già applicabile ai fornitori di servizi di media audiovisivi ai sensi del **Regolamento AGCOM** di cui alla delibera 157/19/CONS che, adottato nelle more della trasposizione della nuova Direttiva SMAV, si è limitato a prevedere con riferimento a tali piattaforme, in particolare, l'individuazione di future forme di co-regolamentazione, nonché campagne di sensibilizzazione sul tema.

Nello specifico, come già previsto per i fornitori di contenuti audiovisivi, **anche le piattaforme di *video sharing*** sono oggi finalmente chiamate ad adottare misure adeguate a tutelare il grande pubblico da programmi, video generati dagli utenti e comunicazioni commerciali audiovisive che istighino alla violenza o all'odio per motivi legati - per esempio - al sesso, alla razza, alla religione, alle opinioni politiche o all'appartenenza ad una minoranza nazionale.

Siamo inoltre convinti che nel prossimo futuro, con l'adozione del *Digital Services Act* (DSA), attualmente all'esame delle istituzioni comunitarie, potrà essere fatto un altro importante passo avanti nella disciplina dell'informazione digitale, con la fissazione di maggiori obblighi di trasparenza e di *compliance* in capo alle piattaforme digitali.