



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 13.12.2005  
COM(2005) 646 definitivo

2005/0260 (COD)

Proposta di

**DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO CHE  
MODIFICA LA DIRETTIVA 89/552/CEE DEL CONSIGLIO**

**relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e  
amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive**

(presentata dalla Commissione)

{SEC(2005) 1625}

{SEC(2005) 1626}

## RELAZIONE

### 1) CONTESTO DELLA PROPOSTA

- **Ragioni e obiettivi della proposta**

La convergenza delle tecnologie e dei mercati ha provocato un drastico mutamento del mercato dei servizi televisivi europei. I servizi di radiodiffusione televisiva "tradizionali" sono ancora disciplinati da una normativa emanata negli anni '80 e '90. Pur avendo contribuito allo sviluppo spettacolare del mercato audiovisivo nell'Unione europea, tale normativa non è più adeguata all'offerta sempre più vasta di servizi audiovisivi a disposizione dei consumatori nell'era digitale. Allo stesso tempo, le emittenti televisive devono competere sempre più con altri servizi lineari su altre piattaforme e con servizi non lineari (a richiesta) che offrono contenuti audiovisivi simili o addirittura identici, ma disciplinati da una normativa diversa. Ciò determina disparità delle condizioni di concorrenza nella modalità di fornitura dei contenuti. In linea con l'impegno a "legiferare meglio" è, pertanto, necessario adottare una strategia nuova.

- **Contesto generale**

Tenendo conto degli sviluppi tecnologici e commerciali e al fine di migliorare ulteriormente la competitività dell'industria europea nei settori dei media e delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, la Commissione ha deciso di avviare un riesame dell'attuale quadro normativo per la radiodiffusione televisiva. L'ammmodernamento del quadro giuridico per i servizi audiovisivi nel mercato unico, oltre a costituire parte integrante dell'impegno della Commissione a legiferare meglio, contribuisce, allo stesso tempo, all'attuazione dell'agenda di Lisbona e rappresenta un elemento fondamentale della nuova strategia i2010 che la Commissione ha adottato nel giugno 2005. Esso è altresì coerente con la comunicazione, adottata dalla Commissione a maggio, su una migrazione più rapida dalla radiodiffusione televisiva in tecnica analogica a quella digitale.

Con il programma di lavoro allegato alla quarta relazione sull'applicazione della direttiva 89/552/CEE "Televisione senza frontiere"<sup>1</sup>, la Commissione ha avviato, nel 2003, una prima tornata di consultazioni per il riesame della direttiva 89/552/CEE del Consiglio, modificata dalla direttiva 97/36/CE (la direttiva televisione senza frontiere - TVSF), nell'ambito della quale sono state organizzate audizioni pubbliche e una consultazione scritta. La Commissione ha tratto le conclusioni di questa prima consultazione nella comunicazione sul futuro della politica europea in materia di regolamentazione audiovisiva<sup>2</sup>. In seguito a tale comunicazione sono stati istituiti gruppi di riflessione per approfondire determinate questioni con l'aiuto di esperti.

I risultati del lavoro di tali gruppi sono stati presentati agli Stati membri nel corso di un seminario tenutosi a Lussemburgo il 30 e 31 maggio e sono stati sintetizzati in "documenti tematici" pubblicati dalla Commissione nel luglio 2005. In questa seconda tornata di consultazioni la Commissione ha ricevuto i contributi di oltre 200 soggetti

---

<sup>1</sup> COM(2002) 778.

<sup>2</sup> COM(2003) 784.

interessati in rappresentanza di tutti i settori, comprese la società civile e le imprese.

I documenti tematici e i contributi sono stati utilizzati per la preparazione di un'importante conferenza sull'audiovisivo organizzata a Liverpool nel settembre 2005 in collaborazione con la presidenza britannica, che è servita a trarre le conclusioni della discussione e ha segnato la fine dell'esercizio di consultazione.

Dal dibattito è emersa un'importante conclusione: mantenendo inalterata la direttiva "Televisione senza frontiere" si rischierebbe di aggravare differenze sempre più ingiustificabili nel regime normativo applicato alle diverse forme di distribuzione di contenuti simili o identici, per cui è necessario avviare iniziative a livello comunitario per migliorare la certezza giuridica e garantire le migliori condizioni possibili per la competitività del settore.

La presente proposta mira ad assicurare che i fornitori di servizi audiovisivi a richiesta negli Stati membri possano beneficiare appieno del mercato interno attraverso il principio della regolamentazione per paese d'origine. Ciò migliorerà la certezza giuridica complessiva per tutti i fornitori di servizi audiovisivi all'interno dell'UE.

La proposta è in linea con il principio della neutralità tecnologica. In effetti, è opportuno adottare regole moderne nel settore della politica dell'audiovisivo che non producano discriminazioni all'interno di piattaforme differenti che forniscono contenuti simili e che creino invece condizioni per una concorrenza equa e più intensa tra i vari operatori, promuovendo la proliferazione di nuovi servizi.

Allo stesso tempo, alla luce dei progressi tecnologici, dei mutamenti del mercato e del comportamento dei consumatori (la loro maggior possibilità di scelta e il loro maggior grado di responsabilità), e per restare fedeli agli obiettivi dell'interesse generale, è necessario un maggior grado di flessibilità nelle norme che disciplinano i servizi audiovisivi lineari, in particolare la pubblicità.

In sintesi, la proposta della Commissione mira ad ammodernare e a semplificare il quadro normativo per i servizi di radiodiffusione o i servizi lineari e ad introdurre norme minime per i servizi di media audiovisivi non lineari.

- **Disposizioni in vigore nel settore oggetto della proposta**

La direttiva 89/552/CEE del Consiglio, modificata dalla direttiva 97/36/CE, riguarda la "radiodiffusione televisiva". La presente proposta modifica le direttive TVSF per fissare un quadro più moderno e flessibile per le trasmissioni televisive e altri servizi di media audiovisivi lineari (basati su un palinsesto), e per introdurre un numero minimo di norme per i servizi di media audiovisivi non lineari (a richiesta).

- **Coerenza con gli altri obiettivi e le altre politiche dell'Unione**

La presente proposta è complementare al diritto comunitario in vigore, in particolare alla direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico che tratta anche dei servizi a richiesta. La direttiva 2000/31/CE consente agli Stati membri di derogare al principio del paese di origine per vari motivi di ordine pubblico. Come risultato di tale deroga, i servizi di media audiovisivi a richiesta possono essere soggetti a norme differenti per contenuti offerti in Stati membri differenti (articolo 3, paragrafo 4, della direttiva

2000/31/CE). La direttiva 2000/31/CE non affronta, inoltre, questioni di interesse generale quali la tutela dei minori o il rispetto della dignità umana, mentre l'attuale proposta prevede un coordinamento minimo in questi campi per i servizi di media audiovisivi. La direttiva 2005/29/CE si applica alle pratiche commerciali sleali, come ad esempio le pratiche fuorvianti e aggressive attraverso una strategia applicata trasversalmente ai vari media, mentre la presente direttiva contiene disposizioni specifiche per le comunicazioni commerciali, diffuse nell'ambito dei servizi di media audiovisivi.

La direttiva 2003/33/CE vieta la pubblicità delle sigarette e degli altri prodotti a base di tabacco per mezzo della stampa o di altre pubblicazioni scritte o attraverso la radio e i servizi della società d'informazione. Essa vieta inoltre la sponsorizzazione di programmi radiofonici e di manifestazioni transfrontaliere da parte delle imprese del settore del tabacco. Il considerando 14 della direttiva 2003/33/CE, inoltre, chiarisce che tutte le forme di comunicazioni commerciali audiovisive dirette e indirette a favore delle sigarette e degli altri prodotti del tabacco nei programmi radiotelevisivi sono proibiti dalla direttiva TVSF, così come lo sarebbero anche in tutti i servizi di media audiovisivi in caso di adozione della presente proposta.

La presente proposta tiene pienamente conto dei diritti e dei principi fondamentali riconosciuti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, in particolare l'articolo 11. A questo riguardo, la presente proposta non impedisce in alcun modo agli Stati membri di applicare le rispettive norme costituzionali in materia di libertà di stampa e di libertà di espressione nei mezzi di comunicazione.

## 2) CONSULTAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE E VALUTAZIONE D'IMPATTO

- **Consultazione delle parti interessate**

*Metodi di consultazione, principali settori interessati e profilo generale di quanti hanno risposto*

Una prima consultazione pubblica si è svolta nel 2003. La Commissione ha pubblicato i documenti di discussione sul proprio sito internet e ha invitato le parti interessate ad inviare i loro contributi scritti entro il 15 luglio 2003. La Commissione ha ricevuto oltre 150 contributi scritti (circa 1 350 pagine) di tutte le parti interessate (emittenti private e pubbliche, autorità di regolamentazione, produttori, detentori di diritti) e dalla maggior parte degli Stati membri. In seguito è stata organizzata una serie di audizioni pubbliche.

La comunicazione della Commissione sul futuro della politica europea in materia di regolamentazione audiovisiva [COM(2003) 784 del 15.12.2003] ha tratto le conclusioni di questa prima tornata di consultazioni ed ha istituito tre gruppi di riflessione, dei quali facevano parte esperti, per discutere: i) della sfera di applicazione della regolamentazione futura, ii) di norme adeguate per la pubblicità televisiva e iii) del diritto all'informazione/brevi estratti dell'attualità.

I risultati delle discussioni dei gruppi di riflessione sono stati sintetizzati in "documenti tematici" pubblicati nel luglio 2005 per la conferenza sull'audiovisivo organizzata congiuntamente con la presidenza britannica. In questa seconda tornata di consultazioni, la Commissione ha ricevuto contributi provenienti da oltre 200 soggetti

interessati, comprese imprese di TIC, operatori delle telecomunicazioni e fornitori del servizio internet. Le consultazioni hanno dato vita a un ampio dibattito sulle questioni che coinvolgono tutti i principali soggetti interessati, culminato alla conferenza di Liverpool nel settembre 2005.

La consultazione su internet del 2005 è rimasta aperta dall'11 luglio al 5 settembre. La Commissione ha ricevuto risposte da 206 soggetti interessati.

I risultati di entrambe le consultazioni sono disponibili sul sito internet della Commissione:

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/review-twtf2003/contribution.htm>

<http://europa.eu.int/comm/avpolicy/revision-tvtf2005/2005-contribution.htm>

### *Sintesi e presa in considerazione delle risposte*

#### Sfera di applicazione della regolamentazione futura

Dalle discussioni è emersa chiaramente l'importanza del principio della neutralità tecnologica. Gli Stati membri, le organizzazioni di consumatori e le emittenti del servizio pubblico sono a favore di un riesame delle norme sui contenuti applicabili alla televisione nell'ambito di un quadro normativo complessivo per tutti i servizi di media audiovisivi. Tutti concordano, tuttavia, sul fatto che una strategia orizzontale in materia di contenuti può funzionare solo se i servizi lineari e non lineari sono soggetti a un sistema normativo a due livelli.

Il punto di vista espresso dalla maggioranza è che la distinzione tra servizi lineari e non lineari costituisce un base concreta e orientata al futuro per una definizione giuridica.

#### Pubblicità

È stato previsto un certo grado di flessibilità per le norme quantitative che regolano l'inserimento della pubblicità e i limiti quotidiani in materia. Tale idea è stata ampiamente sostenuta dalle imprese del settore e, in parte, anche dalle emittenti del servizio pubblico e da alcuni Stati membri.

Numerosi soggetti interessati hanno insistito sull'utilità della coregolamentazione e dell'autoregolamentazione nel settore della pubblicità.

#### Tutela dei minori e della dignità umana

Per quanto riguarda la tutela dei minori e la lotta contro l'incitamento all'odio, sembra che il dispositivo attuale della direttiva TVSF goda di un vasto consenso. Gli Stati membri, le emittenti del servizio pubblico, le organizzazioni religiose e le associazioni dei consumatori e dei telespettatori sono tutti del parere che tali valori debbano applicarsi anche ai servizi non lineari e non solo alla televisione tradizionale.

#### Diversità culturale

Sebbene esista un ampio consenso sull'obiettivo di sviluppare un settore dinamico della

produzione di contenuti audiovisivi in Europa, in grado di riflettere la diversità delle nostre culture, la risposta non può venire dell'assegnazione di quote dei tempi di trasmissione. D'altra parte, si riconosce che la direttiva dovrebbe permettere la libera circolazione completa dei servizi non lineari nel mercato interno e che sia pertanto necessario affrontare tale problema.

Diritto all'informazione e diritto ai brevi estratti dell'attualità.

I vari soggetti interessati affrontano il tema del diritto all'informazione e ai brevi estratti in modo differente: da un lato, alcuni soggetti sostengono che non è necessario armonizzare i vari quadri normativi a livello europeo, mentre, dall'altra, le emittenti pubbliche sono del parere che le attuali condizioni di negoziazione non facilitano l'accesso ai brevi estratti e che, pertanto, una disposizione in tal senso nella direttiva contribuirebbe a migliorare la situazione.

- **Ricorso al parere di esperti**

Settori scientifici e aree di competenza

- Studio comparativo sull'impatto delle misure di controllo sui mercati della pubblicità televisiva negli Stati membri dell'Unione europea (Carat);
- studio sull'impatto delle misure per la promozione della distribuzione e della produzione di programmi televisivi a livello comunitario e nazionale (David Graham and Associated Ltd.);
- studio sulle misure di coregolamentazione nel settore dei media (Hans Bredow Institut);
- studio sull'applicazione delle norme relative alla pubblicità televisiva, alle sponsorizzazioni televisive e alle televendite (Audimetrie);
- valutazione d'impatto (Rand).

Metodologia impiegata

Analisi comparative, ricerca statistica, interviste qualitative, ricerca bibliografica, raccolta di fatti e cifre tenendo conto di parametri economici nonché dei fattori tecnologici.

Principali organizzazioni/esperti consultati

Gruppi di riflessione, Carat, RAND, David Graham and Associated Ltd., Hans Bredow Institut, S.A. Audiometrie e tutti i soggetti interessati in due consultazioni pubbliche.

Sintesi dei pareri ricevuti e utilizzati

Non è stata indicata l'esistenza di rischi potenziali gravi con conseguenze irreversibili.

- Lo studio dell'impatto delle misure relative alla promozione della distribuzione e della

produzione di programmi televisivi conferma che gli articoli 4 e 5 della direttiva TVSF si sono rivelati un quadro soddisfacente e stabile per la promozione delle produzioni europee e indipendenti e della diversità culturale. Fin dalla loro entrata in vigore, tali misure hanno avuto un notevole impatto positivo, non solo in termini di maggiore presenza di programmazioni europee sui canali televisivi europei, ma anche in termini culturali ed economici.

- Impatto della regolamentazione sui mercati della pubblicità televisiva (articoli 10-20 della direttiva TVSF): le emittenti televisive premono per la semplificazione, o addirittura l'abolizione, dell'articolo 11, che giudicano troppo complicato. Il numero di interruzioni è minore nei paesi in cui la regolamentazione è più severa ed è più elevato nei mercati deregolamentati. Dall'analisi emerge che le limitazioni previste dall'articolo 18 garantiscono un buon equilibrio tra la tutela dei telespettatori e le esigenze commerciali. Per quanto riguarda l'inserimento di prodotti (product placement), per evitare che tale pratica sia considerata pubblicità occulta occorrerebbe garantire l'informazione chiara e precisa al pubblico sulla presenza in un programma di prodotti di un inserzionista pubblicitario.

Metodi utilizzati per rendere pubblici i pareri degli esperti

Sito internet della DG Società dell'informazione e media

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm)

• **Valutazione di impatto**

Si possono ipotizzare cinque opzioni per la revisione della direttiva TVSF:

1) Abrogare la direttiva

Dal punto di vista del mercato interno dei servizi audiovisivi, della tutela dei minori e della dignità umana, dei consumatori e dell'ordine pubblico, e infine della promozione della diversità culturale, l'abrogazione della direttiva comporterebbe l'applicazione delle sole norme nazionali e la perdita del principio del paese d'origine per tutte le emittenti.

2) Nessuna modifica alla direttiva

Ogni valutazione d'impatto deve prendere in considerazione uno scenario nel quale nulla cambi (lo status quo). Ciò costituisce un punto di riferimento per la valutazione di impatti differenziali.

3) Modifiche mirate e chiarificazione del testo

La direttiva sarebbe rivista per aggiornare le definizioni in funzione della giurisprudenza della Corte di giustizia delle Comunità europee al fine di chiarire che sono coperti tutti i servizi lineari simili alla televisione. La direttiva non riguarderebbe i servizi non lineari.

4) Quadro generale che prevede un trattamento differenziato dei servizi lineari e non lineari.

La direttiva creerebbe un quadro generale per qualsiasi forma di fornitura elettronica dei contenuti audiovisivi, ma tratterebbe in modo differente i vari tipi di servizio (in particolare quelli lineari e quelli non lineari). I servizi non lineari sarebbero soggetti esclusivamente a un insieme minimo di norme fondamentali.

5) Totale armonizzazione con pari trattamento dei servizi lineari e non lineari

Ciò richiederebbe l'adozione di una direttiva sui servizi di contenuti audiovisivi che tratti tutti i tipi di servizi su base paritetica. Ogni disposizione di tale direttiva – dal principio del paese d'origine, ai requisiti relativi alle produzioni europee e indipendenti - si applicherebbe in modo identico a tutti i fornitori di servizi lineari e non lineari.

Le opzioni 2, 3 e 4 sono state esaminate attentamente nell'ambito della valutazione d'impatto.

L'abrogazione della direttiva (opzione 1) non apporterebbe benefici né agli operatori, che non avrebbero più a disposizione un mercato audiovisivo paneuropeo coordinato e aperto, né ai consumatori, che perderebbero la garanzia di avere accesso a un vasto numero di servizi audiovisivi che rispettano norme qualitative minime indipendentemente dallo Stato membro di origine. In realtà, nel corso dell'ampia consultazione pubblica citata al punto 1), nessuna delle parti interessate ha avanzato una proposta in questo senso. Per tali motivi l'opzione 1 non può essere giudicata realistica e non se ne tiene pertanto conto nella valutazione d'impatto.

L'opzione 5 prevede la piena armonizzazione nell'intero settore audiovisivo. Nemmeno tale ipotesi è stata presa in considerazione in quanto perseguire tale obiettivo nell'attuale contesto (vale a dire un settore estremamente diversificato e in rapida evoluzione, soggetto a una combinazione volatile di interessi economici, politici e socio-culturali) appare impossibile nel prossimo futuro. Anche in questo caso, nessuna delle parti interessate ha avanzato una proposta in tal senso.

Sono stati individuati nove importanti gruppi di soggetti interessati, le amministrazioni degli Stati membri e la Commissione, in quanto coinvolti, direttamente o indirettamente, nell'attuazione della normativa basata sulla direttiva TVSF o sulla sua revisione. Per tali parti interessate, un'analisi d'impatto dettagliata per ognuna delle tre opzioni indicate in precedenza è sintetizzata in tabelle, in relazione alle principali questioni discusse durante la consultazione pubblica (cfr. allegato).

L'analisi ha dimostrato che l'opzione dello status quo (opzione 2) avrebbe conseguenze negative per un grosso numero di soggetti interessati. Solo un numero limitato di essi beneficerebbe decisamente del mantenimento della direttiva nella sua forma attuale.

In base all'analisi, l'opzione 3 avrebbe ripercussioni per un numero più limitato di soggetti interessati a causa della sua portata limitata e anche in questo caso migliorerebbe il rapporto rischi/benefici solo per pochi soggetti interessati. Per alcuni di loro, questa opzione non modificherebbe in misura significativa le condizioni generali e in una minoranza di casi costituirebbe uno scenario positivo.

Un quadro legislativo completo, che comporti un trattamento differenziato dei servizi lineari e non lineari, rappresenterebbe quasi l'inverso dell'opzione dello status quo per

quanto riguarda il numero di soggetti che trarrebbero vantaggi o svantaggi da una revisione globale della direttiva. Mentre per una maggioranza relativa di soggetti interessati non vi sarebbe alcuna modifica di rilievo, tale opzione rappresenterebbe un miglioramento significativo per un elevato numero di soggetti. Solo in pochi casi le condizioni d'attività potrebbero deteriorarsi, se si realizzasse una serie di ipotesi.

La Commissione ha effettuato la valutazione d'impatto secondo il programma di lavoro; una relazione su tale argomento è allegata al progetto di proposta legislativa e sarà pubblicata sul sito internet della DG Società dell'informazione e media.

[http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm).

### 3) ELEMENTI GIURIDICI DELLA PROPOSTA

- **Sintesi dell'azione proposta**

- Modifica della direttiva

- Norme minime comuni per tutti i servizi di media audiovisivi (compresi i servizi non lineari)

- Flessibilità e ammodernamento delle norme relative alla pubblicità, assicurando la tutela dei consumatori e perseguendo obiettivi di interesse generale

- **Fondamento giuridico**

Articoli 47, paragrafo 2, e 55 del trattato che istituisce la Comunità europea.

- **Principio di sussidiarietà**

Per quanto riguarda i servizi emergenti di media audiovisivi a richiesta, suscita crescenti preoccupazioni il rischio che differenze nelle normative nazionali applicabili a tali servizi possano falsare la concorrenza nel mercato interno. La revisione della direttiva TVSF deve permettere di migliorare le condizioni per l'istituzione e il funzionamento del mercato interno in modo da eliminare gli ostacoli all'esercizio della libera prestazione di servizi (esistenti o potenziali), che derivano da norme nazionali o da distorsioni sensibili della concorrenza dovute alle disparità tra le norme nazionali che regolano i nuovi servizi (a richiesta).

Esiste un reale rischio d'incertezza giuridica qualora, di fronte all'arrivo di servizi audiovisivi a richiesta, gli Stati membri dovessero derogare al principio del paese di origine per motivi di interesse generale, con la conseguenza che i servizi audiovisivi a richiesta sarebbero soggetti a norme non armonizzate tra gli Stati membri. Parallelamente, come confermato dalle risposte a un recente questionario inviato dalla Commissione ai membri del comitato di contatto istituito per la direttiva TVSF, la maggior parte degli Stati membri dispone già di una disciplina dei servizi non lineari (a richiesta) per quanto concerne i principali aspetti in gioco. La normativa degli Stati membri applicabile ai servizi audiovisivi a richiesta presenta effettivamente delle divergenze: 23 Stati membri su 25 hanno una qualche forma di normativa per la maggior parte degli aspetti qui esaminati. In assenza di una strategia armonizzata a livello europeo, gli operatori paneuropei subirebbero le conseguenze di una mancanza

di certezza giuridica e potrebbero decidere di stabilirsi al di fuori dell'Unione europea con ripercussioni negative, a medio termine, per le economie degli Stati membri.

- **Principio di proporzionalità**

Il presente progetto si limita a proporre un'armonizzazione minima per garantire la libera circolazione dei servizi di media audiovisivi nel mercato interno. Per quanto riguarda l'attuazione, il progetto fa esplicito riferimento alla coregolamentazione e all'autoregolamentazione.

La proposta ridurrà considerevolmente la complessità insita nel controllo dell'applicazione delle norme relative alla pubblicità televisiva. Dato che, in generale, non introduce nuovi obblighi per gli operatori, ma si limita ad armonizzare le norme stesse a livello europeo per garantire l'attuazione del principio del paese di origine, l'armonizzazione delle norme minime applicabili ai servizi audiovisivi non lineari sembra essere proporzionata all'obiettivo perseguito.

- **Scelta degli strumenti**

Strumenti proposti: direttiva, coregolamentazione, autoregolamentazione.

Il progetto propone un insieme di strumenti: ove siano messi in gioco diritti fondamentali la regolamentazione è necessaria. La coregolamentazione è già ampiamente utilizzata nel campo della tutela dei minori e la proposta dovrebbe incoraggiare l'adozione di regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla direttiva. Tali regimi dovranno essere largamente accettati da tutti i principali soggetti interessati e assicurare un'applicazione efficace delle norme.

#### 4) **INCIDENZA SUL BILANCIO**

La proposta non ha alcuna incidenza sul bilancio.

#### 5) **INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI**

- **Simulazione, fase pilota e periodo transitorio**

La proposta prevede un periodo transitorio.

- **Semplificazione**

La proposta prevede la semplificazione della legislazione.

Le norme relative alla pubblicità televisiva contenute nell'attuale direttiva TVSF saranno considerevolmente semplificate. I limiti quotidiani saranno aboliti, le categorie delle pubblicità saranno semplificate e sarà resa più chiara e più flessibile la norma relativa all'inserimento della pubblicità.

La proposta rientra nel Programma legislativo e di lavoro della Commissione con il riferimento 2005/INFSO/032.

- **Riesame/revisione/cessazione dell'efficacia**

La proposta comprende una clausola di riesame.

- **Tabella di concordanza**

Gli Stati membri devono comunicare alla Commissione il testo delle disposizioni nazionali di recepimento della direttiva, nonché una tabella di concordanza fra le disposizioni nazionali e la direttiva.

- **Spazio economico europeo**

L'atto proposto riguarda un settore contemplato dall'accordo SEE ed è quindi opportuno estenderlo allo Spazio economico europeo.

- **Illustrazione sintetica della proposta**

La revisione mira a definire i ruoli dei servizi di media audiovisivi in modo neutrale rispetto alla piattaforma di fornitura: ciò significa che allo stesso tipo di servizi si applicheranno le stesse regole di base. L'insieme delle regole applicabili non dipenderà più dalla piattaforma di fornitura, ma dalla natura di un servizio. La normativa futura conterrà una distinzione tra servizi audiovisivi lineari o "di radiodiffusione", compresi la IPTV, lo *streaming* sul web o il *webcasting*, da un lato, e i servizi non lineari, quali i servizi video a richiesta, dall'altro.

La modifica della direttiva introduce, all'articolo 1, nuove definizioni basate sul concetto di "servizio di media audiovisivo". La definizione di servizi di media audiovisivi comprende i media di massa in quanto mezzi d'informazione, d'intrattenimento e di istruzione, ma esclude ogni forma di corrispondenza privata, quali i messaggi di posta elettronica inviati a un numero limitato di destinatari. Tale definizione esclude altresì tutti i servizi la cui finalità principale non è quella di fornire contenuti audiovisivi, anche se tali servizi contengono alcuni elementi audiovisivi. Sono esclusi i servizi nei quali i contenuti audiovisivi sono puramente accessori e non costituiscono la finalità principale del servizio.

I nuovi articoli da 3 *quater* a 3 *nonies* contengono un insieme minimo di norme applicabili a tutti i servizi di media audiovisivi. Di conseguenza è possibile abolire alcune delle disposizioni specifiche per le trasmissioni televisive, quali quelle contenute negli articoli 7, 12 e 22 *bis*.

I servizi non lineari (a richiesta) saranno soggetti ad alcuni principi minimi in materia di:

- tutela dei minori,
- divieto dell'incitamento all'odio,
- identificazione del fornitore di servizi di media,
- identificazione della comunicazione commerciale,
- alcune limitazioni qualitative per le comunicazioni commerciali (ad esempio, per gli alcolici o le comunicazioni rivolte ai minori).

Il nuovo articolo 3 *ter* introduce una norma sull'applicazione non discriminatoria del diritto ai brevi estratti dell'attualità per i servizi lineari.

Le principali modifiche apportate al capitolo IV sulla pubblicità televisiva riguardano l'introduzione di norme flessibili relative alle interruzioni pubblicitarie (articolo 11 modificato), di norme chiare per l'inserimento di prodotti, la soppressione dei limiti quotidiani applicabili alla pubblicità televisiva (ex articolo 18) e l'abbandono delle limitazioni quantitative relative alle televendite (ex articolo 18 *bis*).

Il limite quotidiano di tre ore di pubblicità al giorno è considerato obsoleto, in quanto non trova alcuna applicazione nella pratica, ed è pertanto soppresso. Le nuove norme sulle interruzioni pubblicitarie sono state semplificate e rese più flessibili. Anziché essere costretti, come avviene ora, a lasciare trascorrere 20 minuti di tempo tra le interruzione pubblicitarie, le emittenti potranno scegliere il momento più appropriato per inserire la pubblicità durante i programmi. Nonostante questo, i film realizzati per la televisione, le opere cinematografiche, i programmi per bambini e i notiziari possono essere interrotti dalla pubblicità solo una volta ogni 35 minuti.

Proposta di

**DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO CHE  
MODIFICA LA DIRETTIVA 89/552/CEE DEL CONSIGLIO**

**relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive**

**(Testo rilevante ai fini del SEE)**

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 47, paragrafo 2, e l'articolo 55,

vista la proposta della Commissione<sup>3</sup>,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo<sup>4</sup>,

visto il parere del Comitato delle regioni<sup>5</sup>,

deliberando in conformità della procedura di cui all'articolo 251 del trattato<sup>6</sup>,

considerando quanto segue:

- (1) La direttiva 89/552/CEE del Consiglio coordina determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive. Tuttavia, le nuove tecnologie di trasmissione di servizi di media audiovisivi rendono necessario un adattamento del quadro normativo al fine di tenere conto dell'impatto dei cambiamenti strutturali e delle innovazioni tecnologiche sui modelli d'attività, e in particolare sul finanziamento della radiodiffusione commerciale, e di garantire condizioni di concorrenza ottimali per le tecnologie dell'informazione europee e per il settore dei media e dei servizi connessi.
- (2) Le disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri applicabili all'esercizio di emissioni televisive sono già coordinate dalla direttiva 89/552/CEE, mentre le norme applicabili ad attività quali la fornitura di servizi di contenuto audiovisivo a richiesta presentano alcune divergenze che potrebbero ostacolare la libera circolazione di tali servizi all'interno dell'Unione europea e provocare distorsioni della concorrenza nel mercato comune. In particolare, l'articolo

---

<sup>3</sup> GU C [...] del [...], pag. [...].

<sup>4</sup> GU C [...] del [...], pag. [...].

<sup>5</sup> GU C [...] del [...], pag. [...].

<sup>6</sup> GU C [...] del [...], pag. [...].

3, paragrafo 4, della direttiva 2000/31/CE autorizza gli Stati membri a derogare dal principio del paese d'origine per motivi specifici di ordine pubblico.

- (3) L'importanza che rivestono i servizi di media audiovisivi per le società, la democrazia e la cultura giustifica l'applicazione di norme specifiche a tali servizi.
- (4) I servizi di media audiovisivi tradizionali e i nuovi servizi a richiesta offrono importanti opportunità d'occupazione nella Comunità, in particolare nelle piccole e medie imprese, e stimolano la crescita economica e gli investimenti.
- (5) Il quadro giuridico che disciplina i nuovi servizi a richiesta è tale da mettere le imprese europee di servizi di media audiovisivi in una situazione d'incertezza giuridica e da creare disparità di trattamento; è pertanto necessario, per evitare distorsioni di concorrenza e per rafforzare la certezza della norma, applicare almeno un complesso minimo di norme coordinate a tutti i servizi di media audiovisivi.
- (6) La Commissione ha adottato una comunicazione sul futuro della politica europea in materia di regolamentazione audiovisiva<sup>7</sup>, nella quale sottolinea che la politica di regolamentazione attuata in tale settore, ora come in futuro, deve tutelare determinati interessi pubblici, quali la diversità culturale, il diritto all'informazione, la protezione dei minori e la tutela dei consumatori.
- (7) Al fine di promuovere la crescita e l'occupazione nei settori della società dell'informazione e dei media, la Commissione ha adottato l'iniziativa "i2010: Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione"<sup>8</sup>. Si tratta di una strategia di ampia portata destinata a stimolare lo sviluppo dell'economia digitale, nel contesto della convergenza dei servizi, delle reti e dei dispositivi legati alla società dell'informazione e ai media, attraverso l'ammodernamento e il ricorso a tutti gli strumenti della politica comunitaria: strumenti di regolamentazione, ricerca e partenariato con l'industria. La Commissione si è impegnata a creare un quadro coerente per il mercato interno dei servizi legati alla società dell'informazione e ai media, ammodernando il quadro giuridico che regola i servizi audiovisivi, a partire da una proposta di revisione della direttiva "Televisione senza frontiere" nel 2005.
- (8) Il 6 settembre 2005 il Parlamento europeo ha adottato una risoluzione sull'applicazione degli articoli 4 e 5 della direttiva 89/552/CEE, modificata dalla direttiva 97/36/CE, per il periodo 2001-2002 (rapporto Weber)<sup>9</sup>. Tale risoluzione chiede che la suddetta direttiva, comunemente denominata "Televisione senza frontiere", venga adattata ai cambiamenti strutturali e agli sviluppi tecnologici, senza tuttavia rimettere in causa i suoi principi fondamentali, che conservano tutta la loro validità. Inoltre, essa sostiene in linea di principio la strategia generale che consiste nel definire norme essenziali per

---

<sup>7</sup> Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni. Il futuro della politica europea in materia di regolamentazione audiovisiva, COM(2003) 784 del 15.12.2003.

<sup>8</sup> Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni. "i2010 - Una società dell'informazione per la crescita e l'occupazione", COM(2005) 229 def. del 1.6.2005.

<sup>9</sup> Risoluzione del Parlamento europeo sull'applicazione degli articoli 4 e 5 della direttiva 89/552/CEE ("Televisione senza frontiere"), modificata dalla direttiva 97/36/CE per il periodo 2001-2002, A6-0202/2005.

tutti i servizi di media audiovisivi e norme supplementari per i servizi lineari (servizi di radiodiffusione).

- (9) La presente direttiva consolida il rispetto dei diritti fondamentali ed è pienamente conforme ai principi riconosciuti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, in particolare l'articolo 11. A questo riguardo, la presente direttiva non impedisce in alcun modo agli Stati membri di applicare le rispettive norme costituzionali in materia di libertà di stampa e di libertà di espressione nei mezzi di comunicazione.
- (10) Grazie all'introduzione di un insieme minimo di obblighi armonizzati negli articoli da 3 *quater* a 3 *nonies* e nei settori armonizzati dalla presente direttiva gli Stati membri non possono più derogare al principio del paese di origine per quanto riguarda la tutela dei minori e la lotta contro ogni incitamento all'odio basato su differenze di razza, sesso, religione o nazionalità e per quanto riguarda la violazione della dignità umana della persona o la tutela dei consumatori, come previsto all'articolo 3, paragrafo 4, della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio<sup>10</sup>.
- (11) Conformemente al suo articolo 1, paragrafo 3, la direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio<sup>11</sup> lascia impregiudicate le misure prese a livello comunitario o nazionale per perseguire gli obiettivi di interesse generale, in particolare per quanto riguarda la regolamentazione in materia di contenuti e di politica audiovisiva.
- (12) Nessuna disposizione della presente direttiva deve obbligare o incoraggiare gli Stati membri a imporre nuovi sistemi di concessione di licenze o di autorizzazioni amministrative per un tipo di media.
- (13) La definizione di servizi di media audiovisivi comprende tutti i servizi di media di massa audiovisivi, sia programmati che a richiesta. Tuttavia, dato che copre esclusivamente i servizi definiti dal trattato, essa ingloba tutte le forme di attività economica, comprese quelle svolte dalle imprese di servizio pubblico, ma esclude le attività non economiche, quali i siti internet interamente privati.
- (14) La definizione di servizi di media audiovisivi comprende i media di massa in quanto mezzi d'informazione, d'intrattenimento e di istruzione, ma esclude ogni forma di corrispondenza privata, come i messaggi di posta elettronica inviati a un numero limitato di destinatari. La definizione esclude altresì tutti i servizi che non sono destinati alla distribuzione di contenuti audiovisivi, vale a dire i servizi nei quali il contenuto audiovisivo è secondario e non costituisce la finalità principale dei servizi stessi. È il caso, ad esempio, dei siti internet che contengono elementi audiovisivi a titolo puramente accessorio, quali elementi grafici animati, mini-spot pubblicitari o informazioni relative a un prodotto o a un servizio non audiovisivo.
- (15) Le versioni elettroniche di quotidiani e riviste sono escluse dalla sfera di applicazione della presente direttiva.

---

<sup>10</sup> GU L 178, del 17.7.2000, pag. 1.

<sup>11</sup> GU L 108 del 24.04.2002, pag. 33.

- (16) Il termine "audiovisivo" si riferisce a immagini in movimento, siano esse sonore o meno, e include pertanto i film muti, ma non si applica alle trasmissioni audio né alla radio.
- (17) Il concetto di responsabilità editoriale ha un'importanza fondamentale per la definizione del ruolo del fornitore di servizi di media e, di conseguenza, per quella dei servizi di media audiovisivi. La presente direttiva si applica fatte salve le deroghe di responsabilità della direttiva 2000/31/CE.
- (18) La direttiva introduce, in aggiunta alla definizione di pubblicità e di televendita, una definizione più ampia di comunicazioni commerciali audiovisive. Essa comprende le immagini in movimento, sonore o non, che accompagnano i servizi di media audiovisivi e destinate a promuovere, direttamente o indirettamente, le merci, i servizi o l'immagine o una persona fisica o giuridica che esercita un'attività economica e, pertanto, non comprende gli annunci di servizio pubblico e gli appelli a scopo di beneficenza trasmessi gratuitamente.
- (19) Il principio del paese di origine resta alla base della presente direttiva in quanto è fondamentale per la creazione di un mercato interno. Tale principio deve, pertanto, essere applicato a tutti i servizi di media audiovisivi al fine di garantire ai fornitori di servizi di media la certezza giuridica necessaria all'attuazione di nuovi modelli commerciali e all'introduzione di tali servizi. Esso è altresì fondamentale per assicurare la libera circolazione dell'informazione e dei programmi audiovisivi nel mercato interno.
- (20) Il progresso tecnologico, con particolare riferimento ai programmi digitali via satellite, comporta la necessità di adattare i criteri secondari per garantire una regolamentazione adeguata e un'attuazione efficace e per lasciare agli operatori un reale potere di decisione in merito al contenuto dei servizi che diffondono contenuti audiovisivi.
- (21) Dato che riguarda i servizi offerti al grande pubblico nell'Unione europea, la presente direttiva deve applicarsi esclusivamente ai servizi di media audiovisivi che possono essere ricevuti direttamente o indirettamente dal pubblico in uno o più Stati membri per mezzo di comuni apparecchi di ricezione destinati al grande pubblico. La definizione del termine "apparecchiature comuni destinate al pubblico" deve essere lasciata alle autorità nazionali competenti.
- (22) Gli articoli da 43 a 48 del trattato sanciscono il diritto fondamentale della libertà di stabilimento. Di conseguenza, i fornitori di servizi di media audiovisivi possono generalmente scegliere lo Stato membro in cui stabilirsi. La Corte di giustizia delle Comunità europee, da parte sua, ha sottolineato che "il Trattato non vieta ad un'impresa di esercitare la libera prestazione di servizi qualora non offra servizi nello Stato membro nel quale è stabilita"<sup>12</sup>.
- (23) Gli Stati membri devono poter applicare ai fornitori di servizi di media che rientrano nella loro sfera di competenza norme più severe nei settori coordinati dalla presente direttiva. Per evitare che tali norme vengano eluse, la codificazione della

---

<sup>12</sup> Causa C-56/96 VT4, punto 22; causa C 212/97 Centros contro Erhvervs-og Selskabsstyrelsen; cfr. anche causa C-11/95 Commissione contro Regno del Belgio e causa C-14/96 Paul Denuit.

giurisprudenza della Corte di giustizia delle Comunità europee<sup>13</sup>, unita ad una procedura più efficiente, costituisce una soluzione adeguata che tiene conto delle preoccupazioni degli Stati membri senza rimettere in questione la corretta applicazione del principio del paese di origine.

- (24) A norma della presente direttiva, ferma restando l'applicazione del principio del paese di origine, gli Stati membri possono ancora adottare provvedimenti che limitano la libera circolazione della radiodiffusione televisiva, ma solo a determinate condizioni elencate nell'articolo 2 *bis* della presente direttiva e seguendo la procedura in essa definita. Secondo la costante giurisprudenza della Corte di giustizia delle Comunità europee, tuttavia, ogni limitazione della libera prestazione di servizi, come ogni altra deroga a un principio fondamentale del trattato, deve essere interpretata in modo restrittivo<sup>14</sup>.
- (25) Nella sua comunicazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo intitolata "Una migliore regolamentazione per la crescita e l'occupazione nell'Unione europea"<sup>15</sup> la Commissione ha sottolineato che serve un'analisi attenta dell'approccio normativo appropriato, in particolare per determinare se per ciascun settore e problema sia preferibile un atto legislativo oppure soluzioni alternative come la coregolamentazione o l'autoregolamentazione. L'accordo interistituzionale "Legiferare meglio"<sup>16</sup> stabilisce definizioni, criteri e procedure comuni per la coregolamentazione e l'autoregolamentazione. L'esperienza insegna come gli strumenti di coregolamentazione e di autoregolamentazione, attuati nel rispetto delle diverse tradizioni giuridiche degli Stati membri, possano svolgere un ruolo importante nel garantire un elevato livello di tutela dei consumatori.
- (26) I diritti di trasmissione ai fini di intrattenimento relativi a manifestazione di interesse generale possono essere acquistati dagli organismi di radiodiffusione televisiva in esclusiva. È, tuttavia, fondamentale promuovere il pluralismo attraverso la produzione e la programmazione di informazioni diversificate nell'Unione europea, nonché rispettare i principi riconosciuti dall'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.
- (27) Di conseguenza, al fine di tutelare la libertà fondamentale di essere informati e per assicurare la piena e adeguata protezione degli interessi dei telespettatori nell'Unione europea, è opportuno che i titolari di diritti esclusivi relativi a una manifestazione di interesse generale concedano agli altri organismi di radiodiffusione televisiva e intermediari (ove questi agiscano per conto degli organismi di radiodiffusione) il diritto di utilizzare brevi estratti nei loro programmi d'informazione generale a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie. Tali condizioni devono essere comunicate in modo tempestivo prima dello svolgimento della manifestazione d'interesse generale per permettere agli altri operatori di esercitare tale diritto. In linea generale, la durata di tali brevi estratti non dovrebbe superare i 90 secondi.

---

<sup>13</sup> Causa C-212/97 *Centros v. Erhvervs-og Selskabsstyrelsen*; causa C-33/74 *Van Binsbergen v Bestuur van de Bedrijfsvereniging*; causa C-23/93 *TV 10 SA v. Commissariaat voor de Media*, punto 21.

<sup>14</sup> Causa C-355/98 *Commissione contro Belgio*. Raccolta 2000, I-1221, punto 28; causa C-348/96 *Calfa* Raccolta 1999, I-0011, punto 23.

<sup>15</sup> COM(2005) 97.

<sup>16</sup> GU L 321 del 31.12.2003, pag. 1.

- (28) I servizi non lineari si differenziano dai servizi lineari per quanto riguarda la possibilità di scelta e il controllo che l'utente può esercitare e in relazione all'impatto che hanno sulla società<sup>17</sup>. Tale situazione giustifica l'imposizione di una regolamentazione più leggera sui servizi non lineari che devono rispettare esclusivamente le norme di base contemplate negli articoli da 3 *quater* a 3 *nonies*.
- (29) Tenuto conto della natura specifica dei servizi di media audiovisivi, e in particolare l'influenza che tali servizi esercitano sul modo in cui il pubblico si forma un parere, è fondamentale che gli utenti sappiano esattamente chi è responsabile del contenuto dei servizi. È opportuno, pertanto, che gli Stati membri assicurino che i fornitori di servizi di media garantiscano un accesso facile, diretto e permanente alle necessarie informazioni sull'organismo che ha la responsabilità editoriale dei contenuti. Spetta a ciascuno Stato membro decidere le modalità pratiche che consentiranno di conseguire tale obiettivo nel rispetto delle altre disposizioni applicabili del diritto comunitario.
- (30) In conformità con il principio di proporzionalità, le misure previste dalla presente direttiva si limitano al minimo necessario per raggiungere l'obiettivo del buon funzionamento del mercato interno. Nei casi in cui si deve intervenire a livello comunitario per far sì che lo spazio interno sia veramente libero da frontiere interne per i servizi di media audiovisivi, la direttiva deve garantire un elevato livello di tutela degli obiettivi di interesse generale, come la protezione dei minori e della dignità umana.
- (31) I contenuti e i comportamenti dannosi nei servizi di media audiovisivi continuano a costituire una fonte di preoccupazione per le autorità di regolamentazione, l'industria e i genitori. Si dovranno inoltre affrontare nuove sfide, in particolare in relazione alle nuove piattaforme e ai nuovi prodotti. È quindi necessario introdurre in tutti i servizi di media audiovisivi e nelle comunicazioni commerciali audiovisive norme per la tutela dello sviluppo fisico, mentale e morale dei minori, nonché della dignità umana.
- (32) Le misure adottate per tutelare i minori e proteggere la dignità umana devono essere attentamente conciliate con il diritto fondamentale alla libertà di espressione sancito nella Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea. È quindi opportuno che tali misure siano finalizzate a garantire un adeguato livello di tutela dei minori, con particolare riferimento ai servizi non lineari, ma non a vietare i contenuti per adulti in quanto tali.
- (33) Nessuna delle disposizioni della presente direttiva riguardante, la tutela dei minori e l'ordine pubblico richiede necessariamente che le misure in questione siano attuate attraverso il controllo preventivo dei servizi di media audiovisivi.
- (34) L'articolo 151, paragrafo 4, del trattato stabilisce che la Comunità deve tener conto degli aspetti culturali nell'azione che svolge in virtù di altre disposizioni del trattato stesso, in particolare al fine di rispettare e promuovere la diversità delle sue culture.
- (35) I servizi audiovisivi di media non lineari sono potenzialmente in grado di sostituire, in parte, i servizi lineari. Di conseguenza, è opportuno che favoriscano, ove possibile, la produzione e la distribuzione di opere europee, promuovendo così attivamente la

---

<sup>17</sup> Si veda, ad esempio, la causa C-89/04, Mediakabel.

diversità culturale. Risulterà importante riesaminare periodicamente come le disposizioni relative alla promozione delle opere europee vengono applicate da parte dei servizi di media audiovisivi. Nelle relazioni previste all'articolo 3 *septies*, paragrafo 3, gli Stati membri devono inoltre tenere conto in particolare del contributo finanziario che tali servizi apportano alla produzione e all'acquisizione di diritti delle opere europee, della percentuale di opere europee nel catalogo dei servizi di media audiovisivi, nonché del consumo effettivo da parte degli utenti delle opere europee proposte da tali servizi.

- (36) Nell'applicare le disposizioni dell'articolo 4 della direttiva 89/552/CEE, come modificata, gli Stati membri devono prevedere che gli organismi di radiodiffusione televisiva includano nella loro programmazione un percentuale adeguata di coproduzioni europee o di opere europee originarie di un altro paese.
- (37) È importante fare in modo che le opere cinematografiche siano trasmesse nei termini concordati tra i titolari dei diritti e i fornitori di servizi di media audiovisivi.
- (38) La disponibilità di servizi non lineari amplia la possibilità di scelta per i consumatori. Dal punto di vista tecnico, pertanto, non appare né giustificato, né opportuno, imporre norme dettagliate a disciplina delle comunicazioni commerciali audiovisive per i servizi non lineari. Tutte le comunicazioni commerciali audiovisive devono, tuttavia, rispettare non solo le norme di identificazione, ma anche un complesso minimo di norme qualitative per rispondere a obiettivi d'interesse generale chiaramente definiti.
- (39) Come è stato riconosciuto dalla Commissione nella sua comunicazione interpretativa relativa a determinati aspetti delle disposizioni della direttiva "Televisione senza frontiere" in materia di pubblicità televisiva, l'elaborazione di nuove tecniche pubblicitarie e di pratiche di commercializzazione innovative ha creato nuove ed efficaci opportunità per le comunicazioni commerciali nei servizi di radiodiffusione tradizionali, che potenzialmente permettono a tali servizi di competere in modo più efficace e paritario con le innovazioni nel settore dei servizi a richiesta<sup>18</sup>. Tale comunicazione interpretativa resta valida nella misura in cui si riferisce a disposizioni della direttiva lasciate inalterate dalla direttiva che modifica.
- (40) Grazie all'evoluzione commerciale e tecnologica gli utilizzatori dei servizi di media audiovisivi dispongono di una scelta più ampia, ma hanno anche maggiori responsabilità nell'uso che ne fanno. Per restare nei limiti degli obiettivi di interesse generale, la regolamentazione deve prevedere un certo grado di flessibilità in relazione ai servizi di media audiovisivi lineari. Il principio di separazione deve essere limitato alla pubblicità e alle televendite, mentre è opportuno consentire la pubblicità attraverso l'inserimento di prodotti (*product placement*) in determinate circostanze e abolire alcune restrizioni quantitative. Si dovrà tuttavia espressamente proibire la pubblicità commerciale occulta. Il principio di separazione non deve ostacolare l'utilizzo di nuove tecniche pubblicitarie.
- (41) In aggiunta alle pratiche oggetto della presente direttiva, la direttiva 2005/29/CE si applica alle pratiche commerciali sleali, come ad esempio le pratiche fuorvianti e aggressive utilizzate nei servizi di media audiovisivi. Inoltre, dato che la direttiva

---

<sup>18</sup> GU C 102 del 28.4.2004, pag. 2.

2003/33/CE, che proibisce la pubblicità e la sponsorizzazione a favore delle sigarette e degli altri prodotti del tabacco sulla carta stampata, nei servizi della società dell'informazione e nella radiodiffusione sonora, si applica fatta salva la direttiva 89/552/CEE del 3 ottobre 1989 relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, viste le particolari caratteristiche dei media audiovisivi, la relazione tra la direttiva 2003/33/CE e la direttiva 89/552/CE deve rimanere invariata dopo l'entrata in vigore della presente direttiva. L'articolo 88, paragrafo 1, della direttiva 2001/83/CE<sup>19</sup> che vieta la pubblicità presso il pubblico di determinati medicinali si applica, come previsto al paragrafo 5 dello stesso articolo, fatto salvo quanto disposto all'articolo 14 della direttiva 89/552/CEE; la relazione tra la direttiva 2001/83/CE e la direttiva 89/552/CEE deve restare invariata dopo l'entrata in vigore della presente direttiva.

- (42) Dato che l'aumento del numero di nuovi servizi ha ampliato le possibilità di scelta per i telespettatori, non si giustifica più il mantenimento di una normativa dettagliata in materia di inserimento di spot pubblicitari a tutela dei telespettatori. Pur non prevedendo un aumento della quantità oraria di pubblicità consentita, la presente direttiva lascia agli organismi di radiodiffusione televisiva la facoltà di scegliere quando inserire i messaggi pubblicitari in modo che questi ultimi non pregiudichino l'integrità dei programmi.
- (43) La direttiva mira a salvaguardare le specificità del panorama televisivo europeo e limita, pertanto, il numero di interruzioni autorizzate durante la trasmissione di opere cinematografiche e di film prodotti per la televisione, nonché durante determinate categorie di programmi che necessitano ancora di una protezione particolare.
- (44) La limitazione della quantità di pubblicità giornaliera era in larga misura teorica. Il limite orario è più importante in quanto si applica anche durante la prima serata. È pertanto opportuno abolire il limite quotidiano, mantenendo il limite orario per gli spot pubblicitari e quelli di televendita; stante la maggior possibilità di scelta a disposizione dei telespettatori, non appaiono altresì più giustificate le limitazioni quantitative imposte ai canali di televendita o pubblicitari. Resta, tuttavia, in vigore il limite del 20% di pubblicità per ora di orologio, ad eccezione delle forme pubblicitarie che richiedono più tempo a causa delle loro caratteristiche e dei metodi di presentazione specifici, quali telepromozioni e finestre di televendita<sup>20</sup>.
- (45) La presente direttiva proibisce la pubblicità occulta a causa degli effetti negativi di tale pratica sui consumatori. Il divieto della pubblicità occulta non si applica alla pubblicità realizzata attraverso l'inserimento di prodotti, che è legittima ai sensi della presente direttiva.
- (46) La pubblicità attraverso l'inserimento di prodotti nelle opere cinematografiche e nelle opere audiovisive prodotte per la televisione è una realtà, ma gli Stati membri adottano

---

<sup>19</sup> Modificata da ultimo dalla direttiva 2004/27/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 31 marzo 2004 che modifica la direttiva 2001/83/CE recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano (GU L 136 del 30.4.2004, pag. 34).

<sup>20</sup> Cause Reti Televisive Italiane SpA (RTI) (C-320/94), Radio Torre (C-328/94), Rete A Srl (C-329/94), Vallau Italiana Promomarket Srl (C-337/94), Radio Italia Solo Musica Srl e altri (C-338/94) e GETE Srl (C-339/94) contro Ministero delle Poste e Telecomunicazioni. Racc. I-06471.

norme differenti in materia. Per garantire la parità di trattamento e migliorare di conseguenza la competitività del settore europeo dei media, è necessario disciplinare tale materia. La definizione di inserimento di prodotti accolta dalla presente direttiva copre ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o a un marchio in una trasmissione televisiva, di norma a pagamento o dietro altro compenso. Tale pratica è soggetta alle stesse regole qualitative e alle stesse limitazioni che si applicano alla pubblicità.

- (47) Le autorità di regolamentazione devono essere indipendenti dai governi nazionali e dai fornitori di servizi di media audiovisivi per poter svolgere il proprio lavoro in modo imparziale e trasparente e contribuire al pluralismo. Per garantire la corretta applicazione della presente direttiva è necessaria una stretta collaborazione tra le autorità di regolamentazione nazionali e la Commissione,

HANNO ADOTTATO LA PRESENTE DIRETTIVA:

#### *Articolo 1*

La direttiva 89/552/CEE<sup>21</sup> è modificata come segue:

- 1) Il titolo è sostituito dal seguente:

"Direttiva [n.] del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (Direttiva Servizi di Media Audiovisivi)".

- 2) L'articolo 1 è sostituito dal seguente:

#### *"Articolo 1*

Ai fini della presente direttiva si intende per:

- (a) "servizio di media audiovisivo", un servizio quale quello definito agli articoli 49 e 50 del trattato il cui obiettivo principale è la fornitura di immagini animate, sonore o non, al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche ai sensi dell'articolo 2, lettera a) della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio<sup>22</sup>;
- (b) "fornitore di servizi di media", la persona fisica o giuridica che assume la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo e che ne determina la modalità di organizzazione;
- (c) "radiodiffusione televisiva" o "trasmissione televisiva", un servizio di media audiovisivo lineare nel quale il fornitore del servizio di media decide il

---

<sup>21</sup> GU L 298 del 17.10.1989, pag. 23. Direttiva modificata da ultimo dalla direttiva 97/36/CE (GU L 202 del 30.7.1997, pag. 60).

<sup>22</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 33.

momento di trasmissione di un programma specifico e stabilisce il palinsesto dei programmi;

- (d) "organismo di radiodiffusione televisiva", un fornitore di servizi di media audiovisivi lineari;
- (e) "servizio non lineare", un servizio di media audiovisivo nel quale l'utente decide il momento in cui è trasmesso un programma specifico sulla base di una gamma di contenuti selezionati dal fornitore di servizio di media;
- (f) "comunicazione commerciale audiovisiva", immagini in movimento, siano esse sonore o non, che accompagnano i servizi di media audiovisivi e sono destinate a promuovere, direttamente o indirettamente, le merci, i servizi o l'immagine di una persona fisica o giuridica che esercita un'attività economica;
- (g) "pubblicità televisiva", ogni forma di messaggio televisivo trasmesso a pagamento o dietro altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, da un'impresa pubblica o privata nell'ambito di un'attività commerciale, industriale, artigiana o di una libera professione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro compenso, di beni o di servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- (h) "pubblicità occulta", la presentazione orale o visiva di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un programma, qualora tale presentazione sia fatta intenzionalmente dall'emittente per perseguire scopi pubblicitari e possa ingannare il pubblico circa la sua natura; una presentazione si considera intenzionale quando è fatta dietro compenso o altro pagamento;
- (i) "sponsorizzazione", ogni contributo di un'impresa pubblica o privata, non impegnata nella fornitura di servizi di media audiovisivi o nella produzione di opere audiovisive, al finanziamento di servizi di media audiovisivi, al fine di promuovere il proprio nome, il proprio marchio, la propria immagine, le proprie attività o i propri prodotti;
- (j) "televendita", le offerte dirette trasmesse al pubblico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- (k) "inserimento di prodotti", ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o a un marchio nei servizi di media audiovisivi, di norma dietro pagamento o altro compenso."

3) L'articolo 2 è così modificato:

- (a) al paragrafo 1, i termini "tutte le trasmissioni televisive delle emittenti" sono sostituiti dai termini "tutti i servizi di media audiovisivi trasmessi da fornitori di servizi di media" e i termini "alle trasmissioni" sono sostituiti dai termini "ai servizi di media audiovisivi";

- (b) al paragrafo 2, i termini "sono soggette" sono sostituiti dai termini "sono soggetti" e i termini "le emittenti televisive" sono sostituiti ogni volta dai termini "i fornitori di servizi di media";
- (c) al paragrafo 3, i termini "un'emittente televisiva" sono sostituiti ogni volta dai termini "il fornitore di servizi di media"; i termini "decisioni editoriali sul palinsesto" sono sostituiti da "decisioni editoriali sul servizio di media audiovisivo"; i termini "attività di telediffusione" sono sostituiti da "attività di servizio di media audiovisivo" e i termini "nel quale essa ha iniziato a trasmettere" sono sostituiti da "nel quale esso ha iniziato la sua attività", i termini "decisioni sul palinsesto" sono sostituiti da "decisioni sul servizio di media audiovisivo".
- (d) Il paragrafo 4 è sostituito dal seguente:
- "4. I fornitori di servizi di media cui non si applicano le disposizioni del paragrafo 3 si considerano soggetti alla giurisdizione di uno Stato membro nei seguenti casi:
- (a) se si avvalgono di un collegamento terra-satellite (*up-link*) situato in detto Stato membro;
- (b) anche se non utilizzano un collegamento terra-satellite situato in uno Stato membro, se si avvalgono di una capacità satellitare di competenza di tale Stato membro."
- (e) Al paragrafo 5 i termini "l'emittente televisiva" sono sostituiti da "il fornitore di servizi di media" e i termini "articolo 52" sono sostituiti da "articolo 43".
- (f) Il paragrafo 6 è sostituito dal seguente:
- "6. La presente direttiva non si applica ai servizi di media audiovisivi che sono destinati ad essere ricevuti solo nei paesi terzi e non sono ricevuti direttamente o indirettamente dal pubblico in uno o più Stati membri per mezzo di comuni apparecchi di ricezione."
- (g) Sono aggiunti i seguenti nuovi paragrafi:
- "7. Uno Stato membro può, al fine di prevenire abusi o comportamenti fraudolenti, adottare misure appropriate nei confronti di un fornitore di servizi di media stabilito in un altro Stato membro e la cui attività è orientata in tutto o in massima parte verso il territorio del primo Stato membro. Spetta al primo Stato membro portarne le prove caso per caso.
8. Gli Stati membri possono adottare misure in applicazione del paragrafo 7 solo se sono rispettate tutte le condizioni seguenti:
- (a) lo Stato membro di ricezione chiede allo Stato membro nel quale il fornitore di servizi di media è stabilito di adottare le misure;
- (b) quest'ultimo Stato membro non adotta le misure;

- (c) il primo Stato membro notifica alla Commissione e allo Stato membro nel quale il fornitore di servizi di media è stabilito la propria intenzione di adottare tali misure e
  - (d) la Commissione decide che dette misure sono compatibili con il diritto comunitario.
9. Ogni misura adottata in applicazione del paragrafo 7 deve risultare oggettivamente necessaria, essere applicata in modo non discriminatorio, essere idonea al raggiungimento degli obiettivi perseguiti e limitarsi a quanto è necessario per conseguirli.
10. La Commissione decide entro tre mesi dalla notifica di cui al paragrafo 8. Se la Commissione stabilisce che le misure proposte sono incompatibili con il diritto comunitario, lo Stato membro interessato si astiene dall'adottarle."
- 4) L'articolo 2 *bis* è così modificato:
- a) Il paragrafo 1 è sostituito dal seguente:

"1. Gli Stati membri assicurano la libertà di ricezione e non ostacolano la ritrasmissione sul proprio territorio di servizi di media audiovisivi provenienti da altri Stati membri per ragioni attinenti ai settori coordinati dalla presente direttiva.";
  - b) al paragrafo 2, i termini "articolo 22 *bis*" sono sostituiti da "articolo 3 *sexies*".
- 5) L'articolo 3 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 3*

- 1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.
  - 2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.
  - 3. Gli Stati membri incoraggiano i regimi di coregolamentazione nei settori coordinati dalla presente direttiva. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati e da assicurare un'applicazione efficace delle norme."
- 6) Sono inseriti i seguenti articoli:

### *"Articolo 3 ter*

1. Gli Stati membri provvedono a che, ai fini della realizzazione di brevi estratti dell'attualità, le emittenti stabilite in altri Stati membri non siano private dell'accesso, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie, ad avvenimenti di grande interesse pubblico trasmessi da un'emittente soggetta alla loro giurisdizione.
2. Le emittenti possono scegliere liberamente brevi estratti dell'attualità a partire dal segnale dell'emittente di trasmissione, ma hanno l'obbligo di indicare almeno la fonte.

### *Articolo 3 quater*

Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione offrano ai destinatari un accesso facile, diretto e permanente almeno alle seguenti informazioni:

- (a) il nome del fornitore di servizi di media;
- (b) l'indirizzo geografico di stabilimento del fornitore di servizi di media;
- (c) gli estremi del fornitore di servizi di media, compresi l'indirizzo di posta elettronica o il sito internet, che permettono di contattarlo rapidamente, direttamente ed efficacemente;
- (d) se del caso, l'autorità di regolamentazione competente.

### *Articolo 3 quinquies*

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i servizi di media audiovisivi soggetti alla loro giurisdizione non siano messi a disposizione del pubblico secondo modalità tali da poter nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

### *Articolo 3 sexies*

Gli Stati membri assicurano, con misure adeguate, che i servizi di media audiovisivi e le comunicazioni commerciali audiovisive forniti dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di sesso, origine razziale o etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

### *Articolo 3 septies*

1. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse, ai sensi dell'articolo 6.

2. Gli Stati membri assicurano che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione non trasmettano opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti.
3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro la fine del quarto anno dall'adozione della presente direttiva, e in seguito ogni tre anni, una relazione sull'attuazione delle misure di cui al paragrafo 1.
4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del paragrafo 1, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici.

### *Articolo 3 octies*

Gli Stati membri assicurano che le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori soggetti alla loro giurisdizione rispettino le seguenti prescrizioni:

- (a) le comunicazioni commerciali devono essere chiaramente identificabili come tali; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte;
- (b) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono utilizzare tecniche subliminali;
- (c) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono:
  - (i) comportare discriminazioni basate su razza, sesso o nazionalità;
  - (ii) offendere convinzioni religiose o politiche;
  - (iii) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;
  - (iv) incoraggiare comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.
- (d) è vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva e di televendita avente per oggetto sigarette e altri prodotti a base di tabacco;
- (e) le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non devono rivolgersi ai minori né incoraggiare il consumo smodato di tali bevande;
- (f) le comunicazioni commerciali audiovisive non devono arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni. Non devono pertanto esortare i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio sfruttando la loro inesperienza o credulità, né incoraggiarli a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone, né mostrare senza motivo minori che si trovano in situazioni di pericolo.

### *Articolo 3 nonies*

1. I servizi di media audiovisivi sponsorizzati o contenenti inserimenti di prodotti devono rispettare le seguenti prescrizioni:
    - (a) la programmazione, ove appropriato, e i contenuti di tali servizi di media audiovisivi non devono in alcun caso essere influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;
    - (b) non devono incoraggiare direttamente all'acquisto o al noleggio di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi;
    - (c) i telespettatori devono essere chiaramente informati dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione e/o dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un adeguato segno distintivo, all'inizio, durante e/o alla fine dei programmi. I programmi che contengono inserimento di prodotti devono essere adeguatamente identificati all'inizio della trasmissione, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.
  2. I servizi di media audiovisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco. Inoltre, i servizi di media audiovisivi non possono contenere inserimenti di prodotti a base di tabacco o di sigarette, né di prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.
  3. La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non la promozione di specifici medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.
  4. I notiziari e le trasmissioni di attualità non possono essere sponsorizzati né contenere inserimenti di prodotti. I servizi di media audiovisivi per bambini e i documentari non possono contenere inserimenti di prodotti."
- 7) L'articolo 6 è così modificato:
- a) al paragrafo 1, il testo della lettera c) è sostituito dal seguente:

"le opere coprodotte nell'ambito di accordi conclusi nel settore audiovisivo tra la Comunità europea e paesi terzi e che rispettano le condizioni definite in ognuno di questi accordi.";
  - b) il paragrafo 3 è soppresso;

- c) il paragrafo 4 diventa il paragrafo 3;
  - d) il paragrafo 5 è soppresso.
- 8) L'articolo 7 è soppresso.
- 9) L'articolo 10 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 10*

- 1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili ed essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici.
  - 2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, esclusi quelli inseriti nei programmi sportivi."
- 10) L'articolo 11 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 11*

- 1. Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto.
  - 2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.
- I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

- 11) Gli articoli 12 e 13 sono soppressi.
- 12) Gli articoli 16 e 17 sono soppressi.
- 13) L'articolo 18 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 18*

- 1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%.
  - 2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti."
- 14) L'articolo 18 *bis* è soppresso.

- 15) L'articolo 19 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 19*

Le disposizioni della presente direttiva si applicano, per analogia, alle trasmissioni televisive dedicate esclusivamente alla pubblicità e alle televendite, nonché alle trasmissioni televisive dedicate esclusivamente all'autopromozione. A tali trasmissioni non si applicano il capitolo 3, né l'articolo 11 (interruzioni pubblicitarie), né l'articolo 18 (durata della pubblicità e delle televendite)."

- 16) L'articolo 19 *bis* è soppresso.

- 17) L'articolo 20 è sostituito dal seguente:

*"Articolo 20*

Fatto salvo l'articolo 3, gli Stati membri hanno la facoltà, nel rispetto del diritto comunitario, di prevedere condizioni diverse da quelle di cui all'articolo 11, paragrafo 2, e all'articolo 18 per le trasmissioni destinate unicamente al territorio nazionale e che non possono essere ricevute, direttamente o indirettamente, dal pubblico di uno o più altri Stati membri e per le trasmissioni che non hanno un impatto significativo in termini di indice d'ascolto."

- 18) Gli articoli 22 *bis* e 23 *ter* sono soppressi.

- 19) L'articolo 23 *bis* è così modificato:

Al paragrafo 2, lettera e), i termini "servizi di radiodiffusione televisiva" sono sostituiti da "servizi di media audiovisivi".

- 20) È inserito il seguente articolo 23 *ter*:

*"Articolo 23 ter*

1. Gli Stati membri garantiscono l'indipendenza delle autorità di regolamentazione nazionali e assicurano che esse esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente.
2. Le autorità nazionali di regolamentazione comunicano alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva."

- 21) Gli articoli 25 e 25 *bis* sono soppressi.

- 22) L'articolo 26 è sostituito dal seguente:

## *"Articolo 26*

Entro il [...] e successivamente ogni due anni, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio ed al Comitato economico e sociale una relazione sull'applicazione della presente direttiva e, se necessario, elabora ulteriori proposte per adattarla all'evoluzione del settore dei servizi di media audiovisivi, in particolare alla luce dei recenti sviluppi tecnologici e del grado di competitività del settore."

## *Articolo 2*

Il regolamento (CE) n. 2006/2004<sup>23</sup> è così modificato:

il testo del punto 4 dell'allegato "Direttive coperte dall'articolo 3, lettera a)", è sostituito dal seguente.

"4. Direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti l'esercizio delle attività televisive: articoli da 3 *octies* a 3 *nonies*<sup>24</sup> e articoli da 10 a 20<sup>25</sup>. Direttiva modificata da ultimo dalla direttiva .../.../CE del Parlamento europeo e del Consiglio<sup>26</sup>".

## *Articolo 3*

1. Gli Stati membri mettono in vigore le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative necessarie per conformarsi alla presente direttiva entro il [...]. Essi comunicano immediatamente alla Commissione il testo di tali disposizioni nonché una tavola di concordanza tra queste ultime e la presente direttiva.

Quando gli Stati membri adottano tali disposizioni, queste contengono un riferimento alla presente direttiva o sono corredate di un siffatto riferimento all'atto della pubblicazione ufficiale. Le modalità del riferimento sono decise dagli Stati membri.

2. Gli Stati membri comunicano alla Commissione il testo delle disposizioni essenziali di diritto interno che adottano nel settore disciplinato dalla presente direttiva.

## *Articolo 4*

La presente direttiva entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

## *Articolo 5*

Gli Stati membri sono destinatari della presente direttiva.

---

<sup>23</sup> GU L 364 del 9.12.2004, pag. 1.

<sup>24</sup> GU L xxxx, pag. xxx.

<sup>25</sup> GU L 298 del 17.10.1989, pag. 23.

<sup>26</sup> GU L xxxx, pag. xxx.

Fatto a Bruxelles,

*Per il Parlamento europeo  
Il Presidente*

*Per il Consiglio  
Il Presidente*