

# OSSERVATORIO SULLA DIRETTIVA UE 2007/65/CE

A cura di:

cimsComunicazioni

## NOTA SULLA DIRETTIVA “SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI”

### DALLA TELEVISIONE SENZA FRONTIERE AI CONTENUTI SENZA FRONTIERE

“DIRETTIVA 2007/65/CE”  
SOSTITUISCE LA 89/522/CEE

#### FINALITA’

“Al fine di promuovere la crescita e l’occupazione nei settori della società dell’informazione e dei media” – recita il considerando n. 10 – **“la Commissione ha adottato l’iniziativa ‘i2010’: una società europea dell’informazione per la crescita e l’occupazione”**.

**“Si tratta di una strategia di ampia portata, destinata a stimolare la produzione dei contenuti europei, lo sviluppo dell’economia digitale e l’adozione delle ICT nel contesto della convergenza dei contenuti** legati alla società dell’informazione e dei servizi, delle reti e dei dispositivi legati 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 Europea si è impegnata a creare un quadro coerente per il mercato interno dei servizi legati alla società dell’informazione e dei servizi legati 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, per trasformarla in una direttiva sui ‘Servizi di media audiovisivi’.

**In linea di principio, l’obiettivo dell’iniziativa i2010, in riferimento alla Strategia di Lisbona, sarà conseguito consentendo alle industrie di crescere con la sola regolamentazione necessaria e consentendo alle piccole imprese in fase di avvio, che creano ricchezza e posti di lavoro del futuro, di prosperare, innovarsi e creare occupazione in un libero mercato.**

Quindi, al considerando n. 7, la direttiva afferma che al fine di raggiungere tale obiettivo, **“è necessario il completamento del mercato interno, facilitando la realizzazione di uno spazio unico dell’informazione**, attraverso l’applicazione di un complesso minimo di norme coordinate a tutti i servizi di media audiovisivi, sia ai servizi di radiodiffusione televisiva tradizionali ( lineari) che ai servizi di media audiovisivi a richiesta (non-lineari). I principi fondamentali della precedente direttiva 89/552/CEE, vale adire il principio del paese di origine e norme minime comuni. sono ancora valide”.

# OSSERVATORIO SULLA DIRETTIVA UE 2007/65/CE

A cura di:

cimsComunicazioni



## LINEE GENERALI

### OBIETTIVI DELLA DIRETTIVA SMAV

Gli obiettivi principali della Direttiva SMAV sono:

- ridefinire il quadro normativo di riferimento dell'industria audiovisiva tenendo conto degli sviluppi tecnologici e dei cambiamenti avvenuti nella struttura del mercato;
- ridurre gli oneri normativi imposti ai fornitori di servizi audiovisivi;
- agevolare il finanziamento dei contenuti audiovisivi europei.

La revisione dei contenuti rispetto alla precedente Direttiva TSF è basata su una nuova definizione dei **servizi media audiovisivi**, svincolata dalle tecniche di trasmissione. Tale definizione parte dalla distinzione fra:

- servizi lineari, ovvero i servizi che gli utenti ricevono, tramite diversi supporti, passivamente (tipicamente, i palinsesti televisivi);
- servizi non lineari, ovvero i servizi per la fruizione di contenuti a richiesta (VOD, video on demand).

La Direttiva inoltre ribadisce il **principio del paese d'origine**, secondo cui i fornitori di servizi sono tenuti a rispettare esclusivamente le disposizioni normative in vigore nel paese di residenza, e prevede una **maggiore flessibilità delle norme che disciplinano la pubblicità**.

La Direttiva inoltre introduce la possibilità di effettuare "inserimento di prodotti" – ovvero product placement – nei programmi televisivi, fornendo un quadro giuridico essenziale in materia.

## CAMPO DI APPLICAZIONE E DEFINIZIONI

La nuova Direttiva distingue tra servizi audiovisivi "lineari", **art 1(e)**, basati su un palinsesto predefinito, dove lo spettatore non può modificare la programmazione del fornitore, e "non-lineari" (on-demand), **art. 1(g)**, in cui lo spettatore sceglie "quando e cosa" vedere. Anche i servizi non-lineari sono sottoposti agli **obblighi fondamentali** (tra cui protezione minori, tutela della dignità umana, diritto di replica, identificazione dei contenuti commerciali, identificazione del responsabile editoriale del contenuto, principio del paese di origine).

**Non rientrano nel campo di applicazione** la corrispondenza privata, le edizioni elettroniche di giornali e riviste, i siti web la cui finalità principale non è la fornitura di contenuti audiovisivi, le trasmissioni esclusivamente audio o la radio.

Nel testo dell'accordo viene confermata l'estensione del campo di applicazione. Ciò in particolare, in riferimento all'**art.1(a)**, sulla definizione di "servizi audiovisivi", che comprendono sia la broadcast tv sia i servizi on demand.

## ACCESSO ALL'INFORMAZIONE E BREVI ESTRATTI

La nuova Direttiva (**art. 3j (1)**) prevede che gli Stati Membri dovranno assicurare che, al fine del confezionamento di brevi estratti di notizia, ciascun broadcaster stabilito nella Comunità Europea abbia accesso, su base equa e non discriminatoria, a eventi "di elevato interesse per il pubblico trasmessi in via esclusiva da un broadcaster sotto la loro giurisdizione. Se un altro broadcaster ha già in esclusiva i diritti dell'evento in questione, allora l'accesso deve essere chiesto a chi detiene l'esclusiva. E' previsto il recupero dei "costi tecnici", direttamente sostenuti per la fornitura dell'accesso.

*N.B. Si fa riferimento, per l'articolato, alla numerazione del testo inglese: a,b,... = bis, ter...*

## OSSERVATORIO SULLA DIRETTIVA UE 2007/65/CE

A cura di:

cimsComunicazioni

### PRINCIPIO DEL PAESE DI ORIGINE E DEROGHE

**E' il cardine della direttiva:** grazie all'armonizzazione, a livello comunitario, di una serie di norme inderogabili (quali tutela dei minori, divieto di incitamento all'odio razziale, divieto di pubblicità occulta, ecc.), confluite nel **nuovo testo della Direttiva**, in una norma-base, unica in tutta l'UE, i fornitori di media audiovisivi potranno attenersi solo al quadro normativo dello Stato Membro di provenienza e non degli Stati Membri destinatari dei loro servizi. Ciò per accelerare l'avvento di un mercato unico uniforme dei servizi audiovisivi e promuovere un'industria europea dei contenuti forte e creativa.

**E' stato il punto di maggiore discussione tra Parlamento Europeo e Consiglio.** In riferimento ai broadcaster diretti interamente o principalmente nel territorio di un altro Stato Membro viene recepita nel testo condiviso l'indicazione del Parlamento di colpire l'intento di "circonvenzione delle norme del territorio ove il broadcaster trasmette" e pertanto sostituire, nell'**art. 3-3(b)**, la frase "in order to avoid the stricter rules" con "in order to **circumvent** the stricter rules".

**L'accordo raggiunto, confermando la procedura a due tappe** <sup>1</sup>, prevede che prima che uno Stato Membro possa adottare misure procedurali restrittive la Commissione deve stabilire che tali misure siano compatibili con il "community Law" (compresa la giurisprudenza della Corte Europea di Giustizia); diversamente lo Stato Membro deve desistere dall'applicazione di tali misure restrittive. **L'art. 2bis (4)** prevede inoltre, in relazione ai servizi on-demand, la possibilità di deroga per gli Stati membri come stabilito nella direttiva sull'E-commerce.

### PROMOZIONE DELLE OPERE EUROPEE

**Nell'ambito della promozione** dei programmi audiovisivi europei, la Direttiva prevede, **art. 4(1)**, che gli Stati Membri debbano "assicurare", -il termine invece è "incoraggiare" nel **considerando n. 50**, dove praticabile e con mezzi appropriati, che i broadcaster sotto la loro giurisdizione riservino ai prodotti Europei una "majority proportion" del loro tempo di trasmissione. **Nell'art. 5** è anche indicato che gli Stati Membri dovranno assicurare che i broadcaster riservino almeno il 10% del loro tempo di trasmissione o, in alternativa, il 10% dei loro budget, alle produzioni Europee realizzate da Produttori che sono "indipendenti" dai broadcaster. Anche nel **considerando n. 50** è indicato che gli Stati Membri dovrebbero incoraggiare i broadcaster a trasmettere una quota "**adeguata**" di produzioni europee co-prodotte e di prodotti europei non-nazionali.

**Nel considerando n. 48, la direttiva** indica che "**i servizi di media audiovisivi a richiesta** sono potenzialmente in grado di sostituire le emissioni televisive. Di conseguenza dovrebbero favorire, ove possibile, la produzione e la distribuzione di opere europee. Tale sostegno potrebbe ad esempio

<sup>1</sup> **Procedura a 2 tappe:** Posto che la direttiva stabilisce la facoltà per uno Stato Membro di adottare regole di interesse pubblico generale piu' dettagliate o piu' restrittive, il testo prevede una sorta di meccanismo di cooperazione bilaterale tra Stati Membri per trovare una soluzione al problema. Di fatto, se un'emittente sotto la giurisdizione di un altro Stato membro dirige una particolare trasmissione televisiva verso il territorio di un altro Stato Membro, e quest'ultimo ravvisa un'infrazione di una normativa nazionale di interesse pubblico generale, per risolvere la questione, il Paese ricevente puo' contattare il Paese avente giurisdizione che richiederà all'emittente di rispettare tali regole. Se non viene raggiunto un risultato soddisfacente, il Paese ricevente potrebbe prendere misure appropriate nei confronti del fornitore dei servizi media, previa notifica alla Commissione europea che stabilirà la compatibilità con il diritto comunitario delle azioni da prendere. Il testo prevede anche la possibilità di ricorso alla Commissione di Contatto previsto dalla direttiva –**Art. 23(a)**.

## OSSERVATORIO SULLA DIRETTIVA UE 2007/65/CE

A cura di:

cimsComunicazioni

consistere in contributi finanziari apportati da tali servizi alla produzione e all'acquisizione di diritti su opere europee, in una quota minima di opere europee nei cataloghi dei video a richiesta, oppure nell'attraente presentazione di opere europee nei cataloghi dei video a richiesta, o nelle guide elettroniche ai programmi". **Art 3(i): gli SM assicurano che i servizi di media a richiesta sotto** la propria giurisdizione promuovano, ove possibile e con i mezzi adeguati, la produzione di opere europee e l'accesso alle stesse.

### DEFINIZIONE DI PRODUZIONE INDIPENDENTE

A proposito della **definizione dei Produttori Indipendenti**, il testo approvato indica nel **considerando n. 49** che gli Stati Membri, nel definire un produttore indipendente, "**dovrebbero tener debitamente in conto in particolare alcuni criteri, quali la proprietà della società di produzione, il numero di programmi forniti allo stesso broadcaster e la proprietà dei diritti derivati.**"

### REGOLE QUANTITATIVE SULLA PUBBLICITA'

**Fermo restando che la pubblicità** deve essere riconoscibile e distinguibile dal contenuto editoriale, il testo approvato introduce una maggiore deregolamentazione delle norme in materia. Viene confermato il testo secondo cui:

- si abolisce il limite giornaliero del 20% e si propone un limite orario del 20% per spot pubblicitari e di televendita (*teleshopping spots e advertising spots*) (**art. 18(1)**).
- Si propone (**art. 11(2)**) un periodo minimo di 30 minuti tra i successivi intervalli pubblicitari (sia per spot pubblicitari che di televendita) per le seguenti categorie di programmi: **film per la televisione** (esclusi serie tv, serial e documentari) **opere cinematografiche e programmi di informazione**.
- Per i programmi per bambini si propone 30 minuti se durano più di 30 minuti.

### PRODUCT PLACEMENT

**La Direttiva prende atto** che il PP è una realtà già in uso in Europa, sia nelle opere cinematografiche che nelle opere audiovisive prodotte per la televisione ma, (**Considerando 61**)- Tuttavia "gli Stati Membri adottano norme differenti in materia". "Al fine di garantire –prosegue- un trattamento omogeneo e migliorare di conseguenza la competitività del settore europeo dei media, è necessario disciplinare tale materia.

Quindi ne indica le regole di utilizzo confermando il compromesso che lo proibisce come principio generale (**art. 3 (g)**) ma prevede che per deroga "implicita" a tale divieto, vale dire a meno che uno Stato Membro al momento di recepire la direttiva non decida altrimenti, il PP sarà ammissibile nei seguenti casi:

- per ben **determinate categorie di programmi** (opere cinematografiche, film e serie per i servizi audiovisivi, programmi sportivi e intrattenimento leggero),
- e nei casi in cui non vi è un pagamento in corrispettivo ma solo fornitura di beni o servizi alla produzione.

E' vietata ogni deroga per i programmi per bambini.

*N.B. Si fa riferimento, per l'articolato, alla numerazione del testo inglese: a,b,... = bis, ter...*

## OSSERVATORIO SULLA DIRETTIVA UE 2007/65/CE

A cura di:

cimsComunicazioni

E' indicato l'obbligo di informazione dell'esistenza del PP all'inizio, alla fine del programma, e alla ripresa dopo le pause pubblicitarie.

E' stata recepita la richiesta del Parlamento della possibilità per gli Stati Membri, quale eccezione, di non ottemperare all'obbligo di informazione dello spettatore circa l'esistenza di PP in un programma, nel caso quest'ultimo non sia stato prodotto o commissionato dal fornitore di servizi di media stesso o da una società affiliata ad esso (**art. 3g – 2 d**).

### ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA

**Il Parlamento richiedeva** previsioni idonee a sviluppare una maggiore conoscenza e un uso più appropriato dei media, riducendo il gap esistente tra chi già è in grado di utilizzarli e chi, invece, non lo è.

In tale direzione, il **Considerando n. 37** fa esplicito riferimento alla alfabetizzazione necessaria per un utilizzo efficace dei media, per coglierne a pieno le opportunità offerte. Allo scopo, il testo, riferendosi alla "raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006, indica l'opportunità di una formazione costante per gli insegnanti, formazione sull'uso di Internet ai bambini fin da piccoli, con sessioni dedicate ai genitori e campagne che coinvolgano tutti i media.