Consiglio dell'Unione europea

Bruxelles, 27 maggio 2016
(OR. en)

9479/16

Fascicolo interistituzionale: 2016/0151 (COD)

AUDIO 68
DIGIT 55
MI 382
CONSOM 121
IA 28
CODEC 744
TELECOM 98

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine:	Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, per conto del Segretario Generale della Commissione europea
Data:	26 maggio 2016
Destinatario:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Segretario Generale del Consiglio dell'Unione europea
n. doc. Comm.:	COM(2016) 287 final
Oggetto:	Proposta di DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO recante modifica della direttiva 2010/13/UE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento COM(2016) 287 final.

All.: COM(2016) 287 final

COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 25.5.2016
COM(2016) 287 final

2016/0151 (COD)

Proposta di

DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

recante modifica della direttiva 2010/13/UE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato

(Testo rilevante ai fini del SEE)

{SWD(2016) 168 final}
{SWD(2016) 169 final}
{SWD(2016) 170 final}
{SWD(2016) 171 final}

RELAZIONE

1. CONTESTO DELLA PROPOSTA

• Motivi e obiettivi della proposta

Il panorama dei media audiovisivi sta cambiando rapidamente a causa della sempre maggiore convergenza fra televisione e servizi distribuiti via internet. I consumatori chiedono sempre più l'accesso a contenuti a richiesta tramite smart TV/TV connessa e dispositivi portatili. In particolare i giovani guardano i video, inclusi i contenuti generati dall'utente, su internet. Nell'Unione la radiodiffusione tradizionale rimane forte in termini di ascolto, entrate pubblicitarie e investimenti in contenuti (circa il 30% delle entrate). Stanno tuttavia emergendo nuovi modelli imprenditoriali. Le emittenti ampliano le loro attività online e nuovi operatori che offrono contenuti audiovisivi via internet (ad esempio fornitori di video a richiesta e piattaforme per la condivisione di video) si affermano sempre di più e si contendono lo stesso pubblico. Tuttavia la radiodiffusione televisiva, i video a richiesta e i contenuti generati dall'utente sono soggetti a norme diverse e a livelli differenti di tutela dei consumatori.

La strategia per il mercato unico digitale in Europa[1] sollecita una modernizzazione della direttiva sui servizi di media audiovisivi (direttiva SMA)[2] al fine di tener conto di tali cambiamenti a livello di mercato, consumi e tecnologia. Essa invita la Commissione a concentrarsi sull'ambito d'applicazione della direttiva SMA e sulla natura delle norme applicabili a tutti gli operatori del mercato[3] (in particolare quelle sulla promozione delle opere europee[4]) e delle norme sulla tutela dei minori e sulla disciplina pubblicitaria.

In conformità a questo impegno e in linea con i principi di una migliore regolamentazione[5], la Commissione ha svolto una valutazione *ex post* (denominata anche «REFIT»), in cui ha valutato l'efficacia, l'efficienza, la pertinenza, la coerenza e il valore aggiunto UE della direttiva SMA, individuando alcuni settori in cui è possibile semplificare senza pregiudicare gli obiettivi della direttiva.

• Coerenza con le disposizioni vigenti nel settore normativo interessato

La direttiva 89/552/CEE del Consiglio, modificata dalle direttive 97/36/CE e 2007/65/CE e codificata dalla direttiva 2010/13/UE (direttiva sui servizi di media audiovisivi), contempla

---

1 Comunicazione della Commissione «Strategia per il mercato unico digitale in Europa» del 6 maggio 2015, COM(2015) 192 final, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf

2 Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi).

3 Più in particolare, nella strategia per il mercato unico digitale si afferma: "La Commissione vaglierà l'opportunità di adattare il vigente complesso di regole applicabili alla radiodiffusione e ai servizi a richiesta. Valuterà anche se occorra estendere l'ambito attuale di applicazione delle norme a nuovi servizi e operatori attualmente non considerati servizi di media audiovisivi ai sensi della direttiva e/o a fornitori di servizi che esulano dall'attuale ambito geografico di applicazione."

4 La strategia per il mercato unico digitale afferma inoltre: "La Commissione preparerà inoltre misure che promuovano i cataloghi di opere europee sulle piattaforme di video a richiesta".

5 La valutazione REFIT della direttiva SMA è annunciata nel documento di lavoro dei servizi della Commissione "REFIT: Initial results of the mapping of the acquis" (SWD(2013) 401 final), e fa parte del programma di lavoro della Commissione per il 2015 (allegato 3 (COM 2014) 910 final del 16.12.2014).

sia le norme sulla "radiodiffusione televisiva" sia quelle sui servizi di media audiovisivi a richiesta. La presente proposta tiene conto dei cambiamenti intervenuti nel panorama dei servizi audiovisivi dall'ultima revisione al fine di garantire che la direttiva SMA fornisca un quadro giuridico più moderno, flessibile e orientato al futuro.

- **Coerenza con le altre normative dell'Unione**

La presente proposta va ad integrare la normativa vigente dell'UE, in particolare la direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico, la direttiva 2003/33/CE sulla pubblicità e la sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco, la direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali e la direttiva 2011/93/UE relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile.

Nel dicembre 2015 la Commissione ha adottato una proposta per un atto europeo sull'accessibilità[6], che fissa i requisiti di accessibilità per una vasta gamma di prodotti e servizi, compresi i servizi di media audiovisivi. La revisione della direttiva SMA non affronta pertanto la questione dell'accessibilità.

Direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico

L'attuale direttiva SMA non si applica ai contenuti generati dagli utenti offerti sulle piattaforme per la condivisione di video in quanto i fornitori di servizi su tali piattaforme spesso non hanno la responsabilità editoriale dei contenuti memorizzati sulle stesse. In molti casi tali servizi sono soggetti alle disposizioni della direttiva sul commercio elettronico in quanto si tratta di servizi della società dell'informazione.

La direttiva sul commercio elettronico non impone agli intermediari l'obbligo di sorvegliare i contenuti da essi ospitati; al contrario, essa vieta agli Stati membri di imporre un obbligo generale di sorveglianza o di ricercare attivamente fatti e circostanze che indichino la presenza di attività illecite (articolo 15). Secondo tale direttiva gli intermediari, e più specificamente i fornitori dei servizi cosiddetti di «hosting», sono esenti da qualsiasi responsabilità per le informazioni illecite ospitate (articolo 14). Possono essere considerati fornitori di servizi di hosting ai sensi della direttiva sul commercio elettronico solo i fornitori che non hanno alcuna conoscenza e non esercitano alcun controllo sulle informazioni in questione. I fornitori possono beneficiare di tale esonero dalla responsabilità solo se garantiscono che, qualora siano individuati contenuti illeciti, agiranno prontamente per rimuovere o disabilitare l'accesso alle informazioni in questione.

La presente proposta completa la direttiva sul commercio elettronico per alcuni aspetti, come spiegato nella successiva sezione 5, lasciando impregiudicati le summenzionate disposizioni della direttiva nonché il suo articolo 3 sul mercato interno.

Direttiva in materia di pubblicità e di sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco (2003/33/CE)

La direttiva 2003/33/CE vieta la pubblicità delle sigarette e degli altri prodotti del tabacco per mezzo della stampa o di altre pubblicazioni stampate, attraverso la radio e nei servizi della società dell'informazione. Essa vieta inoltre la sponsorizzazione di programmi radiofonici e di manifestazioni transfrontaliere da parte delle imprese del settore del tabacco. Il considerando

[6] COM(2015) 615 (http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2015%3A615%3AFIN)

14 della direttiva 2003/33/CE chiarisce inoltre che tutte le forme di comunicazione commerciale audiovisiva per le sigarette e gli altri prodotti del tabacco nei programmi televisivi sono vietate dalla direttiva SMA. Mediante successive modifiche, tali restrizioni sono state estese a tutte le comunicazioni commerciali audiovisive, compresi la sponsorizzazione e l'inserimento di prodotti nei servizi di media audiovisivi (articolo 9, paragrafo 1, lettera d), articolo 10, paragrafo 2, e articolo 11, paragrafo 4, lettera a), della direttiva SMA). Inoltre, a norma dell'articolo 20, paragrafo 5, lettera e), della direttiva 2014/40/UE relativa alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati[7], i divieti applicabili alle comunicazioni concernenti i prodotti del tabacco nell'ambito della direttiva SMA valgono anche per le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica. Il divieto di comunicazioni commerciali per i prodotti del tabacco e i prodotti correlati è ribadito in un considerando della direttiva ora proposta.

Direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali

La direttiva sulle pratiche commerciali sleali costituisce il principale corpus legislativo dell'Unione in materia di pratiche commerciali, come la pubblicità ingannevole, tra imprese e consumatori. Essa si applica a tutte le pratiche commerciali delle imprese nei confronti dei consumatori poste in essere prima, durante e dopo lo svolgersi di un'operazione, sia online che offline.

La direttiva prevede tre livelli di tutela dei consumatori:

(1) la lista nera contenente 31 pratiche commerciali specifiche che sono vietate in ogni caso;

(2) le pratiche ingannevoli e aggressive, che devono essere valutate caso per caso;

(3) il divieto generale di pratiche sleali contrarie alla diligenza professionale, da valutare caso per caso.

Direttiva 2011/93/UE relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile

La direttiva relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile armonizza in tutta l'Unione i reati relativi agli abusi sessuali commessi nei confronti di minori, allo sfruttamento sessuale dei minori e alla pornografia infantile. Essa fissa anche le sanzioni minime.

- **Coerenza con gli obblighi di diritto internazionale**

Sono 21 gli Stati membri dell'Unione che hanno aderito alla convenzione europea sulla televisione transfrontaliera del 1989 (CETS n. 132), modificata dal protocollo del 1998. L'Unione non è parte della convenzione.

La convenzione consente alle parti contraenti di applicare norme più severe o più circostanziate ai servizi di programmi trasmessi da emittenti soggette alla loro giurisdizione.

[7] Direttiva 2014/40/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 aprile 2014, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati e che abroga la direttiva 2001/37/CE (GU L 127 del 29.4.2014, pag. 1).

Poiché alcune delle attuali disposizioni della direttiva SMA sono meno rigide di quelle della convenzione, l'attuazione delle norme della direttiva SMA da parte degli Stati membri dell'Unione che sono parti contraenti della convenzione potrebbe già comportare alcune differenze tra gli Stati membri dell'UE, a seconda che essi siano parti contraenti della convenzione oppure no, per quanto riguarda i rispettivi obblighi internazionali. Lo stesso vale per alcune modifiche contemplate dalla presente proposta che introducono nella direttiva SMA norme aggiuntive meno rigorose rispetto a quelle della convenzione.

Per le materie rientranti nel campo di applicazione della direttiva SMA, l'Unione ha competenza esclusiva per concludere accordi internazionali. Qualsiasi modifica degli obblighi derivanti dalla convenzione richiede quindi un'azione a livello dell'Unione.

2. BASE GIURIDICA, SUSSIDIARIETÀ E PROPORZIONALITÀ

• Base giuridica

La direttiva SMA è basata sulle competenze dell'Unione di coordinare le disposizioni legislative degli Stati membri al fine di attuare la libera prestazione di servizi nel mercato interno (articolo 53, paragrafo 1, del TFUE in combinato disposto con l'articolo 62 del TFUE).

• Sussidiarietà (per la competenza non esclusiva)

La dimensione europea del mercato audiovisivo si rafforza costantemente, in particolare a causa della crescita dei servizi online e del fatto che i canali televisivi stanno diventando sempre più internazionali. Alla fine del 2013 nell'Unione esistevano 5 141 canali televisivi (esclusi canali e finestre locali). Di questi, quasi 1989 erano destinati a mercati esteri (UE o extra UE). Tale percentuale è passata dal 28% nel 2009 (anno di attuazione) al 38% nel 2013. In media il 31% dei servizi di video a richiesta disponibili in uno Stato membro sono stabiliti in un altro paese dell'Unione (2015). Questo dato conferma la persistenza del valore aggiunto dell'intervento dell'UE.

La proposta rispetta i principi di sussidiarietà e di proporzionalità preservando, in generale, un approccio di armonizzazione minima e migliorando i meccanismi di deroga e di elusione; gli Stati membri potranno così tenere conto delle rispettive situazioni nazionali. In pratica gli Stati membri hanno adottato norme più severe, in particolare per quanto riguarda la definizione di servizio di media audiovisivo a richiesta, l'istituzione di autorità di regolamentazione nazionali, la promozione delle opere europee, la tutela dei minori e le comunicazioni commerciali.

Dato che la direttiva SMA prevede un'armonizzazione minima, le norme vigenti possono essere semplificate solo a livello dell'Unione.

Per quanto riguarda l'estensione del campo di applicazione della direttiva SMA alle piattaforme per la condivisione di video, un'azione a livello dell'Unione garantisce la coerenza con i servizi già contemplati da tale direttiva. La massima armonizzazione in questo settore impedisce che in futuro si possa verificare una frammentazione a seguito dell'intervento nazionale.

- **Proporzionalità**

Come indicato sopra, la proposta rispetterà il principio di proporzionalità preservando l'approccio di armonizzazione minima e i meccanismi di cooperazione.

- **Scelta dell'atto giuridico**

La proposta di direttiva raccomanda il ricorso alla coregolamentazione e all'autoregolamentazione in particolare per quanto riguarda la tutela dei minori, la lotta contro l'incitamento all'odio e le comunicazioni commerciali. Tali regimi sono considerati largamente accettati da tutti i principali soggetti interessati e assicurano un'applicazione efficace delle norme.

3. RISULTATI DELLE VALUTAZIONI *EX POST*, DELLE CONSULTAZIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI E DELLE VALUTAZIONI D'IMPATTO

- **Valutazioni *ex post*/Vaglio di adeguatezza della legislazione vigente**

La conclusione generale è che gli obiettivi della direttiva SMA sono ancora pertinenti. Dalla valutazione è emerso che il principio del paese di origine ha consentito lo sviluppo e la libera circolazione dei servizi di media audiovisivi all'interno dell'Unione, sostenuti dalla necessaria certezza del diritto, e ha permesso di abbassare i costi di conformità per i fornitori e di offrire maggiore scelta ai consumatori.
La valutazione REFIT ha concluso che sono possibili semplificazioni, in particolare delle procedure di applicazione del principio del "paese di origine" (ossia i criteri per determinare la giurisdizione sui fornitori e le procedure di deroga e di cooperazione che limitano la libertà di ricezione e di ritrasmissione in casi specifici) e di alcune norme sulle comunicazioni commerciali. Altre norme non sono più adatte a conseguire gli obiettivi politici, principalmente a causa degli sviluppi del mercato e dei cambiamenti nelle abitudini di fruizione. La direttiva è inoltre semplificata allineando le norme sulla tutela dei minori per la radiodiffusione televisiva e i servizi a richiesta.

- **Consultazioni dei portatori di interessi**

Nel 2013 la Commissione ha pubblicato il Libro verde[8] *"Prepararsi a un mondo audiovisivo della piena convergenza: Crescita, creazione e valori"* e ha invitato le parti interessate a esprimere le loro opinioni sul mutamento del paesaggio mediatico e su un ambiente internet senza confini, in particolare sulle condizioni di mercato, sull'interoperabilità e sulle infrastrutture, nonché sulle implicazioni per la normativa dell'UE. I risultati del Libro verde sono illustrati nel documento di feedback e nella sintesi delle risposte, pubblicati dalla Commissione nel settembre 2014[9].

In vista dell'attuale revisione della direttiva SMA la Commissione ha svolto una consultazione pubblica[10] denominata «La direttiva SMA - Un quadro dei media per il XXI secolo», che ha avuto luogo dal 6 luglio al 30 settembre 2015.

---

8 http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/consultation-green-paper-preparing-fully-converged-audiovisual-world-growth-creation-and-values

9 https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/publication-summaries-green-paper-replies

10 http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/public-consultation-directive-201013eu-audiovisual-media-services-avmsd-media-framework-21st

I principali risultati in termini di opzioni strategiche per il futuro sono:

– convergenza di opinioni tra le parti interessate sulla necessità di eventuali modifiche delle norme relative all'ambito di applicazione della direttiva, anche se le parti interessate non hanno concordato un indirizzo comune né definito con chiarezza la via da seguire;

– convergenza di opinioni sulla necessità di garantire l'indipendenza dei regolatori nazionali;

– sostegno dei soggetti interessati al mantenimento dello status quo per quanto riguarda il principio del paese di origine; diffusione/reperibilità; accessibilità per le persone con disabilità; norme relative agli eventi di particolare rilevanza per la società, ai brevi estratti di cronaca e al diritto di rettifica;

– non è stato raggiunto un chiaro consenso tra le parti interessate sulle comunicazioni commerciali, sulla tutela dei minori e sulla promozione delle opere europee.

Dai vari gruppi di coloro che hanno inviato contributi sono emerse le seguenti tendenze:

– una percentuale non trascurabile dei rappresentanti del settore della radiodiffusione ha chiesto di garantire parità di condizioni regolamentando i nuovi servizi e/o assicurando una maggiore flessibilità delle norme vigenti;

– le organizzazioni dei consumatori hanno chiesto il rafforzamento delle norme della direttiva SMA volte a tutelare i telespettatori, in particolare le categorie vulnerabili;

– i settori di internet, delle telecomunicazioni e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) hanno invitato ad astenersi da una nuova regolamentazione al fine di preservare l'innovazione;

– l'industria dei contenuti ha chiesto di rafforzare le norme volte a promuovere le opere europee in tutti i servizi di media audiovisivi.

• **Assunzione e uso di perizie**

La Commissione si è basata sulla seguente consulenza di esperti esterni:

– Raccomandazioni delle **altre istituzioni dell'UE**, in particolare il Parlamento europeo[11], il Consiglio[12], il Comitato economico e sociale europeo[13] e il Comitato delle regioni[14].

---

[11] Tre relazioni di iniziativa adottate dal Parlamento europeo: A) «Verso un atto sul mercato unico digitale» (2015/2147(INI)) del gennaio 2015, non ancora adottata; B) «Televisione connessa» del luglio 2013 (relatrice l'eurodeputata Petra Kammerevert (S&D, DE)), che invita la Commissione a valutare in che misura è necessario rivedere la direttiva SMA, http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2013-0329&language=EN&ring=A7-2013-0212; C) la relazione del marzo 2014 «Prepararsi a un mondo audiovisivo della piena convergenza» (relatrice l'eurodeputata Sabine Verheyen (EPP, DE)), che sollecita un riesame della direttiva SMA, http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2014-0232&language=EN&ring=A7-2014-0057

[12] Più di recente, le conclusioni del Consiglio adottate sotto la presidenza italiana dell'Unione nel 2014, in cui si invitava la Commissione a «completare con urgenza l'esercizio di revisione della direttiva sui servizi di

– **Raccolta di dati su costi e benefici della direttiva SMA**[15]**.** Il questionario è stato elaborato da una task force composta dalle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo degli Stati membri convocata dalla Commissione europea. È stato presentato alle autorità di regolamentazione degli Stati membri in seno al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi[16], ai settori interessati dell'industria e alle organizzazioni dei consumatori. Il questionario, inviato in maggio/giugno 2015, conteneva domande su vantaggi e svantaggi di determinate norme della direttiva SMA e mirava a raccogliere prove quantitative in termini di entrate annue o costi diretti e indiretti di adeguamento alla normativa. Concerneva le norme che disciplinano i seguenti aspetti:

1. Comunicazioni commerciali

2. Opere europee

3. Tutela dei minori

4. Principio del paese di origine

Il periodo di riferimento per le domande di natura quantitativa andava dal 2010 al 2014 incluso.

Sono pervenute 107 risposte: 40 da emittenti commerciali (38%), 20 da emittenti pubbliche (19%), 18 da fornitori di servizi di video a richiesta (17%), 12 da associazioni nazionali per la tutela dei minori (12%), 10 da associazioni nazionali che rappresentano produttori indipendenti (10%) e 4 da associazioni dei consumatori (4%). Hanno partecipato anche un'associazione che rappresenta le emittenti e una che rappresenta le società di servizi pubblicitari. I partecipanti sono stabiliti in 19 Stati membri.

– **Studi e pareri del gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services* - ERGA).** Nel suo programma di lavoro per il 2015 l'ERGA si è impegnato a elaborare analisi e relazioni sui seguenti quattro temi principali: l'indipendenza delle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo; la competenza per materia in un mondo audiovisivo convergente ; la tutela dei minori in un ambiente convergente; la questione della giurisdizione territoriale nel contesto dell'UE. Ciascun tema è stato trattato da sottogruppi comprendenti membri del gruppo. Le prime tre relazioni sono state adottate con procedura scritta (conformemente all'articolo 11 del regolamento

---

media audiovisivi alla luce delle rapide evoluzioni tecnologiche e di mercato dovute al passaggio al digitale, e presentare, sulla base del risultato di tale revisione, un'adeguata proposta per la revisione della direttiva quanto prima possibile, nel rispetto del principio di sussidiarietà», http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/145950.pdf

13 Parere adottato dal Comitato economico e sociale europeo nel settembre 2013 sul Libro verde "Prepararsi a un mondo audiovisivo della piena convergenza: Crescita, creazione e valori", http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.ten-opinions.28469

14 Alla sessione plenaria del 12-14 ottobre 2015 il Comitato delle regioni ha adottato un parere d'iniziativa sulla revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi - link da pubblicare.

15 Poiché la maggior parte delle informazioni fornite è riservata, esse sono state utilizzate per la valutazione d'impatto e il REFIT in forma anonima e aggregata. Per questo motivo le risposte non sono pubblicate.

16 http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/commission-decision-establishing-european-regulators-group-audiovisual-media-services

interno del gruppo) nel dicembre 2015. La relazione sulla giurisdizione territoriale sarà adottata nel corso del 2016.

– **Studi esterni**[17] sull' esposizione alla pubblicità delle bevande alcoliche, sull'impatto del marketing online sui bambini, sull'indipendenza delle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo e su autoregolamentazione, coregolamentazione e normazione:

  – **uno studio sull'esposizione alla pubblicità delle bevande alcoliche**, destinato a valutare se le norme sulla comunicazione commerciale audiovisiva delle bevande alcoliche abbiano garantito il livello di tutela richiesto per i minori[18];

  – **uno studio sull'impatto del marketing, tramite i media sociali, i giochi online e le applicazioni mobili, sul comportamento dei bambini**. La relazione conclusiva sarà pubblicata in maggio 2016[19];

  – **uno studio sull'indipendenza delle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo**, che aggiorna un precedente studio sull'indipendenza delle autorità di regolamentazione e riporta i più recenti cambiamenti e sviluppi negli Stati membri e nei paesi candidati per quanto riguarda l'indipendenza e il funzionamento efficiente degli organismi di regolamentazione dei servizi di media audiovisivi. La relazione conclusiva è stata pubblicata[20] l'8 dicembre 2015;

  – **uno studio sull'autoregolamentazione**, che esamina gli approcci in materia di autoregolamentazione esistenti in diversi Stati membri e mira a fornire informazioni sui regimi vigenti e prove della loro efficacia. La relazione finale è prevista per il secondo trimestre del 2016.

– **Quattro studi sull'indagine e la raccolta di dati a sostegno della valutazione d'impatto** di un'eventuale nuova proposta legislativa sulla direttiva SMA, commissionati nell'ambito del contratto quadro EAC-22-201[21]. Tali studi riguardano la comunicazione commerciale, la tutela dei minori, la diversità culturale e la libertà dei media/l'interesse pubblico e l'accesso per le persone con disabilità. I progetti di relazione finale dello studio saranno trasmessi alla Commissione nel secondo trimestre del 2016.

– **Due relazioni dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo** (EAO) ('Study on data and information on the costs and benefits of the Audiovisual Media Service Directive (AVMSD)'[22] e 'On-demand markets in the European Union —2014 and 2015

17 http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:212396-2015:TEXT:EN:HTML&ticket=ST-1292379-SKem8OGQ1reJn1IxAZqVGszP2zjXhYuZOoStsF8rBu0ZCOZKgO05NbMy9k6hQrTzIimWUTdcKGfvm49lhwu7y5m-Jj71zxYb8yr5J3R6eCTiGK-TqeqixAzhASPjqjbmnf8X5hXPzlpiWbUx9btUwoJzMau

18 https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-exposure-minors-alcohol-advertising-tv-and-online-services

19 http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm

20 http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-audiovisual-media-services

21 http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:279501-2014:TEXT:EN:HTML

22 https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-data-and-information-costs-and-benefits-audiovisual-media-service-directive-avmsd

developments'[23]) svolte nel contesto del contratto quadro PN/2011-27/A6. Queste due relazioni vertono sui seguenti aspetti:

(1) la misurazione del pubblico;

(2) la pubblicità online nell'UE;

(3) il mercato dei video a richiesta su abbonamento nell'UE nel 2014;

(4) la visibilità di film nei servizi a richiesta;

(5) la percentuale di opere di fiction europee in un campione di canali televisivi;

(6) i servizi audiovisivi a richiesta, compresi entrate e investimenti nella programmazione originale;

(7) i servizi audiovisivi lineari, compresi entrate e investimenti nella programmazione originale.

- **Valutazione d'impatto**

La sintesi della valutazione di impatto e il parere positivo del comitato per il controllo normativo sono consultabili sul sito web della Commissione: XXX

Sono state esaminate le seguenti opzioni (per ogni sezione, l'opzione prescelta è indicata in grassetto).

(8) Opzioni per affrontare il problema dell'insufficiente tutela dei minori e dei consumatori sulle piattaforme per la condivisione di video

L'opzione A incoraggia l'autoregolamentazione per la tutela dei minori e dei consumatori sulle piattaforme per la condivisione di video

L'opzione B impone alle piattaforme per la condivisione di video l'obbligo di prevedere mezzi per la tutela dei minori e contro l'incitamento all'odio, da attuare mediante la coregolamentazione.

(9) Opzioni per affrontare il problema dell'assenza di condizioni di parità e le carenze del mercato interno

a) Promozione delle opere europee

L'opzione A offre maggiore flessibilità sia alla radiodiffusione televisiva sia ai servizi a richiesta circa le modalità di attuazione dell'obbligo di promuovere le opere europee.

L'opzione B mantiene lo status quo per la radiodiffusione televisiva e rafforza le norme per i fornitori di servizi a richiesta.

b) Tutela dei minori nei servizi a richiesta

[23] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/demand-audiovisual-markets-european-union-smart-20120028

L'opzione A aumenta il livello di tutela dei minori per i servizi di media audiovisivi a richiesta, semplifica il concetto di contenuto nocivo e incoraggia una coregolamentazione a livello dell'UE per i descrittori dei contenuti.

c) Principio del paese di origine

L'opzione A semplifica e migliora le norme in materia di giurisdizione e le procedure di cooperazione.

d) Indipendenza delle autorità di regolamentazione

L'opzione A impone agli Stati membri di dotarsi di un'autorità di regolamentazione indipendente e stabilisce una serie di requisiti per garantirne l'indipendenza e l'efficacia. Il coordinamento e il ruolo consultivo del gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi è rafforzato e integrato nella direttiva SMA.

(10) Opzione che affronta il problema delle norme sulle comunicazioni commerciali che non sono più adatte allo scopo

L'opzione A rende più flessibili alcune delle norme sulle comunicazioni commerciali audiovisive.

Si ritiene che la combinazione delle opzioni preferite consenta di raggiungere il miglior equilibrio tra l'esigenza di introdurre una certa flessibilità nell'attuale livello di regolamentazione e la garanzia di un'adeguata protezione dei consumatori.

Da un lato, l'industria trarrà beneficio da una maggiore flessibilità delle norme quantitative sulle comunicazioni commerciali. La maggiore efficienza del principio del paese di origine e i requisiti di indipendenza delle autorità di regolamentazione miglioreranno il contesto commerciale in cui operano gli operatori audiovisivi.

D'altro lato, ai consumatori sarà garantito un livello elevato di protezione grazie alla parziale estensione della direttiva SMA alle piattaforme per la condivisione di video e al rafforzamento dei requisiti applicabili ai servizi a richiesta in termini di tutela dei minori. I consumatori beneficeranno anche di un più ampio accesso alle opere europee nei servizi a richiesta.

Tutte le opzioni tengono conto, se del caso, dell'esigenza di flessibilità delle imprese del settore prendendo in considerazione un'eventuale attuazione tramite autoregolamentazione e/o coregolamentazione (campo di applicazione, informazioni sui contenuti nocivi).

La maggior parte delle opzioni risultano complementari. Ad esempio, l'indipendenza delle autorità di regolamentazione sarà di fondamentale importanza se gli Stati membri decideranno di affidare loro l'applicazione delle nuove norme in materia di piattaforme per la condivisione di video. Allo stesso modo, il prevedibile aumento delle entrate dei fornitori di servizi di media audiovisivi derivante dalla maggiore flessibilità delle norme quantitative sulla pubblicità genererà risorse potenzialmente disponibili per un maggior contributo alla produzione di opere europee.

La combinazione delle opzioni permette di conseguire condizioni più eque per i diversi attori del mercato dei media audiovisivi. Tale obiettivo è realizzato, ad esempio, livellando verso l'alto taluni requisiti per i servizi a richiesta e le piattaforme per la condivisione di video riguardanti la tutela dei consumatori o la promozione delle opere europee e offrendo nel

contempo maggiore flessibilità ai servizi di radiodiffusione televisiva su determinate norme in materia di comunicazioni commerciali.

- **Efficienza normativa e semplificazione**

Dalla valutazione *ex post* è emerso che le comunicazioni commerciali rappresentano un settore in cui si potrebbe introdurre maggiore flessibilità, in particolare per quanto riguarda le emittenti televisive.

Il mercato della radiodiffusione televisiva si è evoluto ed è ora necessaria una maggiore flessibilità per le comunicazioni commerciali audiovisive, in particolare per le norme quantitative concernenti i servizi di media audiovisivi lineari, l'inserimento di prodotti e la sponsorizzazione. L'emergere di nuovi servizi, anche senza pubblicità, ha ampliato la scelta per i telespettatori, che possono facilmente passare a offerte alternative. L'inserimento di prodotti può generare un incremento significativo di risorse per i fornitori di servizi di media. Il quadro normativo deve essere adeguato a questo nuovo contesto rendendo più flessibile la normativa sui servizi di radiodiffusione. A tale riguardo la proposta consente (in determinate circostanze) l'inserimento di prodotti e introduce una maggiore flessibilità per quanto concerne le norme quantitative. Allo stesso tempo, essa tiene conto dei dati[24] raccolti attestanti l'effetto che l'inserimento di prodotti può avere sui bambini continuando a limitare la loro esposizione a questo tipo di contenuti.

I possibili risparmi per i fornitori di servizi sarebbero limitati. La pubblicità è una componente centrale dei programmi televisivi e le norme quantitative imposte dalla direttiva SMA rappresentano solo una piccola parte di un gran numero di parametri di cui si tiene conto nelle strategie di programmazione televisiva finalizzate a ottimizzare pubblico e entrate. I costi connessi ai programmi di radiodiffusione, comprese le spese informatiche, rientrano nell'ordinaria amministrazione; si tratta cioè di costi che sarebbero sostenuti anche in assenza della direttiva SMA.

Non vi sarebbe alcun costo amministrativo aggiuntivo per le autorità nazionali di regolamentazione. Attualmente i costi delle attività di monitoraggio e di applicazione della norma del limite del 20% di pubblicità all'ora in televisione sostenuti dalle autorità di regolamentazione ammontano a un milione di euro[25]. I costi relativi alle norme sull'inserimento di prodotti e sulla sponsorizzazione ammontano rispettivamente a 2,2 milioni di EUR e a 2,1 milioni di EUR l'anno a livello dell'UE[26]. Poiché una parte considerevole di tali costi deriva dall'applicazione di criteri soggettivi, quali l'indebita preminenza dell'inserimento di prodotti, le autorità di regolamentazione ridurranno sicuramente i loro costi attuali. Non è tuttavia possibile quantificare con precisione tali risparmi sui costi.

---

[24] Studio sull'impatto del marketing, tramite i media sociali, i giochi online e le applicazioni mobili, sul comportamento dei bambini, Commissione europea: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/impact_media_marketing_study/index_en.htm

[25] Studio sulla definizione di un quadro per il monitoraggio delle norme relative alla pubblicità ai sensi della direttiva SMA: sulla base dell'attuale valore medio per il monitoraggio di un fornitore di servizi di media lineari stabilito nell'UE (adeguato in base al PPP), derivante da un campione dei costi regolamentari in 7 Stati membri che può essere considerato rappresentativo dei diversi approcci all'adempimento delle responsabilità regolamentari in materia di monitoraggio e applicazione delle norme quantitative. Si presume inoltre che le autorità di regolamentazione concentrino le loro attività sui servizi lineari che hanno più dello 0,5% di quota di pubblico.

[26] Studio sulla definizione di un quadro per il monitoraggio delle norme relative alla pubblicità ai sensi della direttiva SMA.

Per quanto riguarda le piccole e medie imprese (PMI) e le microimprese, la proposta prevede una possibilità di deroga alle disposizioni relative alla promozione delle opere europee. Gli Stati membri sarebbero infatti autorizzati ad introdurre deroghe per i servizi di media audiovisivi tematici o a pubblico ridotto.

Per le disposizioni riguardanti la tutela dei consumatori, inclusi i minori, la proposta non prevede deroghe per le PMI e le microimprese in quanto si tratta di valori fondamentali.

- **Diritti fondamentali**

La proposta tiene anche pienamente conto dei diritti e dei principi fondamentali riconosciuti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, in particolare il diritto al rispetto della vita privata e della vita familiare e alla protezione dei dati personali (articoli 7 e 8), la libertà di espressione e d'informazione (articolo 11), la libertà d'impresa (articolo 16) e il divieto di discriminazione (articolo 21), i diritti dei minori (articolo 24) e il diritto a un ricorso effettivo e a un giudice imparziale (articolo 47).

4. INCIDENZA SUL BILANCIO

Nessuna.

5. ALTRI ELEMENTI

- **Piani attuativi e modalità di monitoraggio, valutazione e informazione**

Il monitoraggio dell'attuazione continuerà ad essere assicurato dalla Commissione sulla base di:

– relazioni della Commissione sull'applicazione della direttiva nel suo complesso, due anni dopo l'adozione e successivamente ogni tre anni;

– relazioni, presentate con scadenza biennale, sull'applicazione delle disposizioni relative alla promozione delle opere europee (per la radiodiffusione televisiva e i servizi a richiesta);

– monitoraggio dell'attuazione delle disposizioni relative alle piattaforme per la condivisione di video sulla base di uno studio indipendente condotto dopo il recepimento;

– monitoraggio dell'attuazione della disposizione sui descrittori di contenuti per la tutela dei minori.

- **Documenti esplicativi (per le direttive)**

Non applicabile.

- **Illustrazione dettagliata delle singole disposizioni della proposta**

Il principio del paese di origine per i fornitori di servizi di media è mantenuto e rafforzato semplificando le norme che stabiliscono quale paese abbia giurisdizione e migliorando i meccanismi di deroga in caso di eccezioni.

La direttiva modificata continuerà a essere basata su un'armonizzazione minima. Si mira tuttavia a un maggior grado di armonizzazione rafforzando l'indipendenza delle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo. Si tratta di un'importante novità, dato il ruolo fondamentale svolto dalle autorità di regolamentazione del settore audiovisivo nel definire e mantenere il mercato interno. È inoltre di estrema importanza per garantire il pluralismo dei media. La proposta rafforza il ruolo del gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) conferendogli maggiori funzioni di consulenza e assistenza della Commissione per un'attuazione coerente della direttiva in tutti gli Stati membri. Di conseguenza, la decisione della Commissione del 3 febbraio 2014 che istituisce il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi sarà abrogata con l'entrata in vigore della direttiva.

L'articolo 7 della direttiva vigente è soppresso poiché la proposta di atto europeo sull'accessibilità definisce già criteri comuni di accessibilità più severi per i fornitori di servizi di media.

Per quanto riguarda la tutela dei minori, la direttiva riveduta prevede l'allineamento delle norme di tutela per la radiodiffusione televisiva e per i servizi a richiesta. L'articolo 12 prescrive che i programmi che possono nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori siano accessibili solo in maniera tale da garantire che i minori non possano, in condizioni normali, vederli o ascoltarli. Ciò vale indipendentemente dal fatto che tali programmi siano trasmessi da emittenti televisive o proposti da un fornitore di servizi di media a richiesta. In prospettiva di tale allineamento, l'articolo 27 della direttiva vigente (applicabile solo alla radiodiffusione televisiva) è soppresso.

La direttiva riveduta assicura condizioni più eque per la promozione delle opere europee stabilendo l'obbligo per i servizi a richiesta di riservare alle opere europee una quota di almeno il 20% nei loro cataloghi e di garantire un'adeguata visibilità di tali opere (articolo 13). L'articolo 13 consentirà inoltre agli Stati membri di imporre contributi finanziari (investimenti diretti o prelievi assegnati a fondi nazionali per il cinema) ai servizi a richiesta soggetti alla loro giurisdizione e, a determinate condizioni, a quelli stabiliti in un altro Stato membro ma che si rivolgono al loro pubblico nazionale. Al fine di garantire che gli obblighi di promozione delle opere europee non compromettano lo sviluppo del mercato e per permettere l'ingresso di nuovi operatori sul mercato, le imprese che non hanno una presenza significativa sul mercato non dovrebbero essere soggette a tali requisiti. Ciò vale in particolare per le imprese con un fatturato modesto.

La presente proposta concilia la promozione della competitività e la tutela dei consumatori in quanto, da un lato, introduce maggiore flessibilità per tutti i servizi di media audiovisivi in materia di inserimento di prodotti e di sponsorizzazione e una maggiore flessibilità per la radiodiffusione televisiva. Il limite orario è sostituito da un limite giornaliero del 20% di pubblicità tra le ore 7 e le ore 23 (articolo 23). I film prodotti per la televisione, le opere cinematografiche e i notiziari potranno essere interrotti più di frequente (articolo 20) e spot isolati saranno ammissibili (articolo 19). Dall'altro lato, la futura direttiva rafforzerà anche le disposizioni volte a proteggere i minori dalle comunicazioni commerciali audiovisive non

appropriate di prodotti alimentari ricchi di grassi, sale/sodio e zuccheri e di bevande alcoliche, promuovendo, ove necessario, codici di condotta a livello dell'Unione europea (articolo 9, paragrafi 2 e 4).

Un'ulteriore novità è l'estensione del suo campo di applicazione, per certi aspetti, ai servizi delle piattaforme per la condivisione di video che non hanno la responsabilità editoriale dei contenuti che memorizzano, ma che organizzano tali contenuti in vari modi.

La direttiva modificata introdurrà l'obbligo per gli Stati membri di assicurare che, nel proprio ambito di competenza, i fornitori di piattaforme per la condivisione di video pongano in essere, preferibilmente mediante coregolamentazione, opportune misure atte a: i) proteggere i minori dai contenuti nocivi; e ii) proteggere tutti i cittadini dall'istigazione alla violenza o all'odio. La proposta stabilisce il contenuto di tali misure, a seconda dei singoli casi. Il sistema risulterebbe compatibile con l'esenzione di responsabilità per i fornitori di servizi di hosting di cui all'articolo 14 della direttiva sul commercio elettronico, nei limiti in cui tale disposizione si applica in un caso particolare, in quanto tali obblighi riguardano le responsabilità del fornitore nella sfera organizzativa e non comportano responsabilità per le informazioni illecite memorizzate sulle piattaforme stesse.

Gli Stati membri continueranno ad essere soggetti alle norme della direttiva sul commercio elettronico. Essi non saranno pertanto autorizzati ad imporre ai fornitori un obbligo generale di sorveglianza sui contenuti né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite, senza precludere la possibilità di imporre obblighi di sorveglianza in casi specifici (articolo 15 della direttiva sul commercio elettronico).

Gli Stati membri non saranno autorizzati ad esigere dai fornitori di piattaforme per la condivisione di video soggetti alla loro giurisdizione l'applicazione di misure più rigorose di quelle previste dalla direttiva modificata. Questo non pregiudica eventuali misure che gli Stati membri possono applicare in linea con la direttiva 2000/31/CE in materia di contenuti illeciti memorizzati sulle piattaforme.

È fatto salvo anche l'articolo 25 della direttiva 2011/93/UE, che impone agli Stati membri di adottare misure contro i siti web che contengono o diffondono materiale pedopornografico. In particolare, esso dispone che gli Stati membri possono adottare misure per bloccare l'accesso alle pagine web che contengono o diffondono materiale pedopornografico agli utenti internet sul loro territorio, purché siano offerte idonee garanzie in materia di trasparenza, necessità e proporzionalità e assicurata la possibilità di ricorso giudiziario.

Per quanto riguarda i servizi della società dell'informazione forniti da un altro Stato membro, la direttiva sul commercio elettronico definisce il principio del paese di origine, soggetto a una serie di possibili deroghe (articolo 3). Tale sistema continuerà ad applicarsi ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video. La proposta è volta a garantire che le stesse norme si applichino anche ai fornitori che non sono stabiliti in uno Stato membro, ma che hanno un'impresa madre, una controllata o un'altra entità dello stesso gruppo ivi stabilita.

La Commissione, coadiuvata dall'ERGA, agevolerà il coordinamento di codici di condotta a livello dell'UE. Dovrebbe inoltre essere previsto a livello nazionale un meccanismo di reclamo e di ricorso.

2016/0151 (COD)

Proposta di

DIRETTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

recante modifica della direttiva 2010/13/UE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 53, paragrafo 1, e l'articolo 62,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria,

considerando quanto segue:

(1) L'ultima modifica sostanziale della direttiva 89/552/CEE del Consiglio[27], successivamente codificata dalla direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio[28], era stata apportata nel 2007 con l'adozione della direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio[29]. Da allora il mercato dei servizi di media audiovisivi ha subito un'evoluzione significativa e rapida. L'evoluzione tecnica rende possibili nuovi tipi di servizi ed esperienze per gli utenti. Le abitudini dei telespettatori, in particolare delle giovani generazioni, sono cambiate notevolmente. Nonostante lo schermo televisivo principale conservi un ruolo importante nella condivisione delle esperienze audiovisive, molti telespettatori sono passati ad altri dispositivi, portatili, per la visione di contenuti audiovisivi. I contenuti televisivi

[27] Direttiva 89/552/CEE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (GU L 298 del 17.10.1989, pag. 23).

[28] Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1).

[29] Direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2007, 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 (GU L 332 del 18.12.2007, pag. 27).

tradizionali rappresentano ancora una quota considerevole del tempo medio giornaliero di visione. Tuttavia nuovi tipi di contenuti, come i video di breve durata e i contenuti generati dagli utenti, acquisiscono crescente importanza e si sono affermati nuovi operatori, fra cui i fornitori di servizi di video a richiesta e di piattaforme per la condivisione di video.

(2) Il 6 maggio 2015 la Commissione ha adottato la «Strategia per il mercato unico digitale in Europa»[30], nella quale ha annunciato il riesame della direttiva 2010/13/UE.

(3) La direttiva 2010/13/UE dovrebbe rimanere applicabile unicamente ai servizi la cui finalità principale è la fornitura di programmi destinati a informare, intrattenere o istruire. Il requisito della finalità principale dovrebbe essere considerato soddisfatto anche se il servizio ha un contenuto e una forma audiovisivi scindibili dall'attività principale del fornitore del servizio, come parti autonome di quotidiani online che propongono programmi audiovisivi o video generati dagli utenti ove tali parti possano essere considerate scindibili dall'attività principale del fornitore del servizio. I servizi dei media sociali sono esclusi, tranne qualora forniscano un servizio che rientra nella definizione di piattaforma per la condivisione di video. Un servizio dovrebbe essere considerato un semplice complemento inscindibile dall'attività principale a seguito dei legami tra l'offerta audiovisiva e l'attività principale. I canali o altri servizi audiovisivi sotto la responsabilità editoriale di un fornitore possono essi stessi costituire servizi di media audiovisivi, anche se sono offerti nel quadro di una piattaforma per la condivisione di video caratterizzata dall'assenza di responsabilità editoriale. In questi casi spetterà ai fornitori la responsabilità editoriale di attenersi alle disposizioni della presente direttiva.

(4) Al fine di assicurare un'efficace attuazione della presente direttiva è essenziale che gli Stati membri tengano registri aggiornati dei fornitori di servizi di media audiovisivi e dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video sotto la loro giurisdizione e condividano periodicamente questi dati con le competenti autorità di regolamentazione indipendenti e con la Commissione. Tali registri dovrebbero comprendere informazioni sui criteri su cui è basata la giurisdizione.

(5) Per stabilire la giurisdizione è necessario valutare le situazioni di fatto alla luce dei criteri definiti nella direttiva 2010/13/UE. La valutazione di tali situazioni di fatto può condurre a risultati contrastanti. Nell'applicazione delle procedure di cooperazione di cui agli articoli 3 e 4 della direttiva 2010/13/UE è importante che la Commissione possa fondare le sue constatazioni su fatti affidabili. È pertanto opportuno conferire al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services* - ERGA) il potere di fornire pareri sulla giurisdizione su richiesta della Commissione.

(6) Le procedure e le condizioni per limitare la libertà di fornire e ricevere servizi dovrebbero essere le stesse per i servizi lineari e per quelli non lineari.

(7) Nella comunicazione al Parlamento europeo e al Consiglio "Legiferare meglio per ottenere risultati migliori – Agenda dell'UE"[31] la Commissione ha sottolineato che, nel vagliare le soluzioni politiche, prenderà in considerazione sia gli strumenti normativi sia quelli non normativi ben concepiti, basati sul modello della prassi

[30] COM(2015) 192 final.
[31] COM(2015) 215 final.

comunitaria e sui principi per legiferare e colegiferare meglio[32]. Numerosi codici esistenti nei settori coordinati dalla direttiva hanno dimostrato di essere ben concepiti, in linea con i principi per legiferare e colegiferare meglio. L'esistenza di un meccanismo di sostegno legislativo è considerata un fattore di successo importante nel promuovere il rispetto di un codice di autoregolamentazione o di coregolamentazione. È altrettanto importante che i codici stabiliscano obiettivi e finalità specifici che consentano un monitoraggio e una valutazione periodici, trasparenti e indipendenti degli obiettivi fissati dai codici. Sanzioni progressive che mantengano un elemento di proporzionalità sono in genere considerate un approccio efficace per far rispettare un regime. Tali principi dovrebbero essere corroborati da codici di autoregolamentazione e coregolamentazione adottati nei settori coordinati dalla presente direttiva.

(8) Al fine di garantire coerenza e fornire certezza alle imprese e alle autorità degli Stati membri, la nozione di «incitamento all'odio» dovrebbe, nella misura appropriata, essere allineata alla definizione contenuta nella decisione quadro 2008/913/GAI del Consiglio, del 28 novembre 2008, sulla lotta contro talune forme ed espressioni di razzismo e xenofobia mediante il diritto penale, che definisce l'incitamento all'odio come «istigazione pubblica alla violenza o all'odio». Dovrebbero essere armonizzati anche i motivi sui quali si fonda l'istigazione alla violenza o all'odio.

(9) Al fine di permettere agli spettatori, compresi i genitori e i minori, di prendere decisioni informate sui contenuti da guardare, è necessario che i fornitori di servizi di media audiovisivi offrano informazioni sufficienti sui contenuti che possono nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori. Tale obiettivo potrebbe essere conseguito, ad esempio, mediante un sistema di descrittori di contenuti che indichino la natura dei contenuti. I descrittori di contenuti potrebbero essere disponibili in forma scritta, grafica o acustica.

(10) A livello nazionale e internazionale esistono orientamenti nutrizionali ampiamente riconosciuti, quali il modello di profilo nutrizionale dell'ufficio regionale dell'OMS per l'Europa, finalizzati a differenziare gli alimenti sulla base della loro composizione nutrizionale nell'ambito degli annunci pubblicitari televisivi di prodotti alimentari destinati ai bambini. Gli Stati membri dovrebbero essere incoraggiati ad assicurare che i codici di condotta di autoregolamentazione e di coregolamentazione siano utilizzati per ridurre efficacemente l'esposizione di bambini e minori alle comunicazioni commerciali audiovisive relative a prodotti alimentari e a bevande ad alto contenuto di sale, zuccheri o grassi o comunque non conformi a tali orientamenti nutrizionali nazionali o internazionali.

(11) Analogamente, gli Stati membri dovrebbero essere incoraggiati ad assicurare che i codici di condotta di autoregolamentazione e di coregolamentazione siano utilizzati per limitare efficacemente l'esposizione di bambini e minori alle comunicazioni commerciali audiovisive relative alle bevande alcoliche. A livello unionale e nazionale esistono alcuni regimi di coregolamentazione o di autoregolamentazione allo scopo di commercializzare in modo responsabile le bevande alcoliche, anche nelle comunicazioni commerciali audiovisive. Tali regimi dovrebbero essere ulteriormente promossi, in particolare quelli volti a garantire che messaggi di consumo responsabile accompagnino le comunicazioni commerciali audiovisive delle bevande alcoliche.

[32] https://ec.europa.eu/digital-single-market/communities/better-self-and-co-regulation

(12) Al fine di rimuovere gli ostacoli alla libera circolazione dei servizi transfrontalieri nell'Unione è necessario garantire l'efficacia delle misure di autoregolamentazione e coregolamentazione volte in particolare a tutelare i consumatori o la salute pubblica. Codici di condotta a livello dell'Unione, se correttamente applicati e opportunamente monitorati, potrebbero costituire un valido strumento per garantire un approccio più coerente ed efficace.

(13) Il mercato della radiodiffusione televisiva si è evoluto ed è ora necessaria una maggiore flessibilità per le comunicazioni commerciali audiovisive, in particolare per le norme quantitative concernenti i servizi di media audiovisivi lineari, l'inserimento di prodotti e la sponsorizzazione. L'emergere di nuovi servizi, anche senza pubblicità, ha ampliato la scelta per i telespettatori, che possono facilmente passare a offerte alternative.

(14) La sponsorizzazione rappresenta uno strumento importante per finanziare i servizi o i programmi di media audiovisivi, promuovendo nel contempo il nome, il marchio, l'immagine, le attività o i prodotti di una persona fisica o giuridica. La sponsorizzazione costituisce pertanto una valida forma di pubblicità per gli inserzionisti e i fornitori di servizi di media audiovisivi, in quanto gli annunci di sponsorizzazione possono contenere riferimenti promozionali ai prodotti o ai servizi dello sponsor, pur non incoraggiandone direttamente l'acquisto. Gli annunci di sponsorizzazione dovrebbero continuare ad informare chiaramente i telespettatori circa l'esistenza di un accordo di sponsorizzazione. Il contenuto dei programmi sponsorizzati non dovrebbe essere influenzato in modo tale da compromettere l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media audiovisivi.

(15) La liberalizzazione dell'inserimento di prodotti non ha portato alla diffusione prevista di questa forma di comunicazione commerciale audiovisiva. In particolare, il divieto generale di inserimento di prodotti, con alcune eccezioni, non ha assicurato la certezza del diritto ai fornitori di servizi di media audiovisivi. L'inserimento di prodotti dovrebbe pertanto essere consentito, salvo eccezioni, in tutti i servizi di media audiovisivi.

(16) L'inserimento di prodotti non dovrebbe essere ammissibile durante i notiziari e i programmi di attualità, i programmi per i consumatori, i programmi religiosi e i programmi il cui pubblico è composto in misura significativa da bambini. In particolare, l'esperienza dimostra che l'inserimento di prodotti e la pubblicità integrata possono influenzare il comportamento dei bambini, in quanto essi spesso non sono in grado di riconoscere i contenuti commerciali. È pertanto necessario continuare a vietare l'inserimento di prodotti nei programmi il cui pubblico è composto in misura significativa da bambini. I programmi per i consumatori offrono consigli o presentano indagini sull'acquisto di prodotti e servizi. Se l'inserimento di prodotti in tali programmi fosse consentito, verrebbe meno la distinzione tra pubblicità e contenuti editoriali per il pubblico, che da tali programmi può attendersi un'indagine autentica e onesta di prodotti o servizi.

(17) La norma secondo cui a un prodotto non dovrebbe essere dato indebito rilievo si è rivelata difficile da applicare nella pratica. Inoltre essa limita la diffusione dell'inserimento di prodotti che, per definizione, comporta un'esposizione relativamente importante per generare valore. I requisiti dei programmi che contengono l'inserimento di prodotti dovrebbero pertanto essere incentrati sulla chiara

esigenza di informare i telespettatori circa l'esistenza dell'inserimento di prodotti e sulla necessità di garantire che l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media audiovisivi non sia compromessa.

(18) Dato che l'aumento del numero di nuovi servizi ha comportato una scelta più ampia per i telespettatori, le emittenti dispongono di maggiore flessibilità per l'inserimento della pubblicità e degli spot di televendita ove ciò non pregiudichi indebitamente l'integrità del programma. Tuttavia, per salvaguardare le specificità del panorama televisivo europeo, dovrebbe rimanere limitato il numero di interruzioni autorizzate durante la trasmissione di opere cinematografiche e di film prodotti per la televisione, nonché durante la trasmissione di determinate categorie di programmi che necessitano ancora di una protezione particolare.

(19) Sebbene la presente direttiva non aumenti i tempi pubblicitari complessivi consentiti tra le ore 7 e le ore 23, per le emittenti è importante disporre di maggiore flessibilità e poter decidere quando trasmettere la pubblicità al fine di massimizzare la domanda degli inserzionisti e il flusso degli spettatori. Il limite orario dovrebbe pertanto essere abolito, mentre dovrebbe essere introdotto un limite giornaliero del 20% di pubblicità nella fascia oraria compresa tra le ore 7 e le ore 23.

(20) Numerose emittenti fanno parte di grandi gruppi di media e trasmettono annunci che riguardano non soltanto i propri programmi e i prodotti direttamente derivati da tali programmi, ma anche i programmi di altre entità appartenenti allo stesso gruppo di media. Il tempo di trasmissione riservato agli annunci diffusi dall'emittente in relazione ai programmi di altre entità appartenenti allo stesso gruppo di media non dovrebbe essere incluso nella durata massima del tempo di trasmissione giornaliero che può essere concesso per la pubblicità e la televendita.

(21) I fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta dovrebbero promuovere la produzione e la distribuzione delle opere europee garantendo che i loro cataloghi contengano una quota minima di opere europee e che a queste sia dato debito rilievo.

(22) Al fine di garantire livelli adeguati di investimenti a favore delle opere europee, gli Stati membri dovrebbero avere la facoltà di imporre obblighi finanziari ai fornitori di servizi a richiesta stabiliti sul loro territorio. Tali obblighi possono assumere la forma di contributi diretti alla produzione di opere europee e all'acquisizione di diritti sulle stesse. Gli Stati membri potrebbero anche imporre prelievi da versare in un fondo, sulla base delle entrate realizzate con i servizi a richiesta forniti e destinati al loro territorio. La presente direttiva chiarisce che, dato il legame diretto tra gli obblighi finanziari e le diverse politiche culturali degli Stati membri, uno Stato membro è autorizzato a imporre tali obblighi finanziari anche ai fornitori di servizi a richiesta stabiliti in un altro Stato membro, ma che forniscono servizi destinati al suo territorio. In questo caso gli obblighi finanziari dovrebbero essere imposti soltanto sulle entrate generate dal pubblico di tale Stato membro.

(23) Nel valutare, caso per caso, se un servizio di media audiovisivo a richiesta stabilito in un altro Stato membro sia destinato al pubblico nel proprio territorio, uno Stato membro può fare riferimento a indicatori quali la pubblicità o altre promozioni specificamente dirette a clienti nel suo territorio, la lingua principale del servizio o l'esistenza di contenuti o comunicazioni commerciali rivolti specificamente al pubblico nello Stato membro di ricezione.

(24) Gli Stati membri che impongono contributi finanziari ai fornitori di servizi a richiesta dovrebbero utilizzare tali contributi per un'adeguata promozione delle opere europee, evitando nel contempo i rischi di doppia imposizione per i fornitori di servizi. A tale riguardo, se lo Stato membro in cui è stabilito il fornitore impone un contributo finanziario, dovrebbe tenere conto dei contributi finanziari imposti dagli Stati membri destinatari dei servizi.

(25) Al fine di garantire che gli obblighi di promozione delle opere europee non compromettano lo sviluppo del mercato e per permettere l'ingresso di nuovi operatori sul mercato, le imprese che non hanno una presenza significativa sul mercato non dovrebbero essere soggette a tali requisiti. Ciò vale in particolare per le imprese con fatturato modesto e pubblico ridotto e per le piccole imprese e le microimprese quali definite nella raccomandazione 2003/361/CE della Commissione[33]. Potrebbe inoltre essere inappropriato imporre tali obblighi nei casi in cui, data la natura o il tema dei servizi di media audiovisivi a richiesta, essi risulterebbero impossibili da mettere in pratica o ingiustificati.

(26) Nuove sfide si presentano, in particolare in relazione alle piattaforme per la condivisione di video, su cui gli utenti, in particolare i minori, fruiscono in misura crescente di contenuti audiovisivi. In tale contesto, i contenuti nocivi e i discorsi di incitamento all'odio memorizzati sulle piattaforme per la condivisione di video destano crescente preoccupazione. Al fine di proteggere i minori dai contenuti nocivi e tutti i cittadini dai contenuti che istigano alla violenza o all'odio, è necessario stabilire norme proporzionate su tali aspetti.

(27) Le comunicazioni commerciali sulle piattaforme per la condivisione di video sono già disciplinate dalla direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, che vieta le pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori, comprese le pratiche ingannevoli e aggressive utilizzate nei servizi della società dell'informazione. Per quanto riguarda le comunicazioni commerciali sui prodotti del tabacco e i prodotti correlati nelle piattaforme per la condivisione di video, i divieti esistenti di cui alla direttiva 2003/33/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, nonché i divieti applicabili alle comunicazioni riguardanti le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica a norma della direttiva 2014/40/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, garantiscono una sufficiente protezione dei consumatori. Le misure contenute nella presente direttiva integrano pertanto quelle stabilite nelle direttive 2005/29/CE, 2003/33/CE e 2014/40/UE.

(28) Una quota importante dei contenuti memorizzati sulle piattaforme per la condivisione di video non è sotto la responsabilità editoriale del fornitore di piattaforme per la condivisione di video. Tali fornitori, tuttavia, in genere determinano l'organizzazione dei contenuti, ossia programmi o video generati dagli utenti, anche in modo automatizzato o con algoritmi. Essi dovrebbero pertanto essere tenuti ad adottare le misure appropriate per tutelare i minori dai contenuti che possono nuocere al loro sviluppo fisico, mentale o morale e proteggere tutti i cittadini dall'istigazione alla violenza o all'odio nei confronti di un gruppo di persone o di un membro di tale gruppo, definito in riferimento a sesso, razza, colore della pelle, religione, ascendenza o origine nazionale o etnica.

---

[33] Raccomandazione 2003/361/CE della Commissione, del 6 maggio 2003, relativa alla definizione delle microimprese, piccole e medie imprese (GU L 124 del 20.5.2003, pag. 36).

(29) In considerazione della natura del coinvolgimento dei fornitori nei contenuti memorizzati sulle piattaforme per la condivisione di video, tali misure dovrebbero riguardare l'organizzazione dei contenuti e non i contenuti in quanto tali. I requisiti al riguardo di cui alla presente direttiva dovrebbero pertanto applicarsi fatto salvo l'articolo 14 della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio[34], che prevede, per taluni fornitori di servizi della società dell'informazione, un'esenzione dalla responsabilità per le informazioni illecite memorizzate. Nelle prestazioni di servizi di cui all'articolo 14 della direttiva 2000/31/CE, tali requisiti dovrebbero applicarsi anche fatto salvo l'articolo 15 di tale direttiva, che non impone ai fornitori un obbligo generale di sorveglianza di tali informazioni né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite, senza tuttavia riguardare gli obblighi di sorveglianza in casi specifici e, in particolare, lasciando impregiudicate le ordinanze emesse dalle autorità nazionali secondo le rispettive legislazioni.

(30) È opportuno coinvolgere il più possibile i fornitori di piattaforme per la condivisione di video all'atto dell'attuazione delle misure appropriate da adottare ai sensi della presente direttiva. La coregolamentazione dovrebbe pertanto essere incoraggiata.

Al fine di assicurare in tutta l'Unione un approccio chiaro e coerente a tale riguardo, gli Stati membri non dovrebbero avere la facoltà di imporre ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video l'adozione di misure più rigorose di quelle previste dalla presente direttiva per proteggere i minori dai contenuti nocivi e tutti i cittadini dai contenuti che istigano alla violenza o all'odio. Gli Stati membri dovrebbero tuttavia mantenere la facoltà di adottare misure più rigorose qualora tali contenuti siano illeciti, purché le misure siano conformi agli articoli 14 e 15 della direttiva 2000/31/CE, e di adottare misure in relazione ai contenuti di siti web che contengono o diffondono materiale pedopornografico, come richiesto e autorizzato a norma dell'articolo 25 della direttiva 2011/93/UE del Parlamento europeo e del Consiglio[35]. I fornitori di piattaforme per la condivisione di video dovrebbero inoltre avere la possibilità di adottare misure più rigorose su base volontaria.

(31) Nell'adottare le misure appropriate per tutelare i minori dai contenuti nocivi e per proteggere tutti i cittadini da contenuti che istigano alla violenza o all'odio in conformità alla presente direttiva, i diritti fondamentali applicabili, quali stabiliti nella Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, dovrebbero essere attentamente bilanciati. Si tratta in particolare, a seconda dei casi, del diritto al rispetto della vita privata e della vita familiare e alla protezione dei dati personali, della libertà di espressione e d'informazione, della libertà d'impresa, del divieto di discriminazione e dei diritti del minore.

(32) I fornitori di piattaforme per la condivisione di video di cui alla presente direttiva forniscono servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 2, lettera a), della direttiva 2000/31/CE. Tali fornitori sono pertanto soggetti alle norme sul mercato interno di cui all'articolo 3 di tale direttiva se sono stabiliti in uno Stato membro. È

---

[34] Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno (GU L 178 del 17.7.2000, pag. 1).

[35] Direttiva 2011/93/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, relativa alla lotta contro l'abuso e lo sfruttamento sessuale dei minori e la pornografia minorile, e che sostituisce la decisione quadro 2004/68/GAI del Consiglio (GU L 335 del 17.12.2011, pag. 1).

opportuno garantire che le stesse norme si applichino ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video che non sono stabiliti in uno Stato membro al fine di salvaguardare l'efficacia delle misure per la tutela dei minori e dei cittadini stabilite nella presente direttiva e garantire per quanto possibile condizioni di parità, se tali fornitori dispongono di un'impresa madre o di una controllata stabilita in uno Stato membro o se i suddetti fornitori sono parte di un gruppo e un'altra entità di tale gruppo è stabilita in uno Stato membro. A tal fine è opportuno adottare disposizioni per determinare in quale Stato membro i fornitori debbano ritenersi stabiliti. In applicazione delle norme in materia di stabilimento di cui alla presente direttiva e alla direttiva 2000/31/CE, la Commissione dovrebbe essere informata in merito ai fornitori soggetti alla giurisdizione di ciascuno Stato membro.

(33) Le autorità di regolamentazione degli Stati membri possono raggiungere il necessario grado di indipendenza strutturale solo se sono costituite come entità giuridiche distinte. È pertanto opportuno che gli Stati membri garantiscano l'indipendenza delle autorità nazionali di regolamentazione dal governo, dagli organismi pubblici e dall'industria in modo da assicurare l'imparzialità delle loro decisioni. Il requisito dell'indipendenza dovrebbe lasciare impregiudicata la possibilità per gli Stati membri di istituire regolatori incaricati della vigilanza di diversi settori, come l'audiovisivo e le telecomunicazioni. Le autorità nazionali di regolamentazione dovrebbero essere dotate dei poteri di esecuzione e delle risorse necessarie per lo svolgimento dei loro compiti in termini di personale, competenze e mezzi finanziari. Le attività delle autorità nazionali di regolamentazione stabilite dalla presente direttiva dovrebbero assicurare il rispetto degli obiettivi di pluralismo dei mezzi di informazione, diversità culturale, tutela dei consumatori, mercato interno e promozione della concorrenza leale.

(34) Chiunque dovrebbe avere il diritto di ricorrere contro una decisione delle autorità nazionali di regolamentazione che lo riguardi dinanzi ad un organo che sia indipendente dalle parti in causa. Tale organo può essere un tribunale. La procedura di ricorso dovrebbe essere attuata fatta salva la ripartizione delle competenze all'interno dei sistemi giudiziari nazionali.

(35) Al fine di garantire un'applicazione coerente del quadro di regolamentazione del settore audiovisivo dell'Unione in tutti gli Stati membri, la Commissione ha istituito l'ERGA con decisione del 3 febbraio 2014[36]. Compito dell'ERGA è consigliare e coadiuvare la Commissione nel suo compito inteso a garantire un'attuazione coerente della direttiva 2010/13/UE in tutti gli Stati membri dell'Unione e facilitare la cooperazione fra le autorità nazionali di regolamentazione e fra queste e la Commissione.

(36) L'ERGA ha fornito un contributo utile a una prassi regolamentare coerente e ha prestato consulenza di alto livello alla Commissione su questioni di attuazione. È pertanto opportuno procedere al riconoscimento formale e al rafforzamento del suo ruolo nella presente direttiva. Il gruppo dovrebbe pertanto essere ricostituito in virtù della presente direttiva.

(37) La Commissione dovrebbe avere la facoltà di consultare l'ERGA su qualsiasi questione relativa ai servizi di media audiovisivi e alle piattaforme per la condivisione

[36] Decisione C(2014)462 final della Commissione, del 3 febbraio 2014, che istituisce il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi.

di video. Il gruppo dovrebbe assistere la Commissione offrendo la propria competenza e consulenza e agevolando lo scambio di buone pratiche. In particolare, la Commissione dovrebbe consultare l'ERGA nell'applicazione della direttiva 2010/13/UE al fine di facilitarne l'attuazione convergente in tutto il mercato unico digitale. Su richiesta della Commissione, l'ERGA dovrebbe fornire pareri su diverse materie, fra cui la giurisdizione, i codici di condotta dell'Unione in materia di protezione dei minori e di incitamento all'odio e le comunicazioni commerciali audiovisive dei prodotti alimentari ad elevato contenuto di grassi, sale/sodio e zuccheri.

(38) La presente direttiva non pregiudica la facoltà degli Stati membri di imporre obblighi intesi ad assicurare la reperibilità e l'accessibilità dei contenuti di interesse generale nell'ambito di obiettivi definiti di interesse generale quali il pluralismo dei media, la libertà di espressione e la diversità culturale. Tali obblighi dovrebbero essere imposti solo se risultano necessari per conseguire obiettivi di interesse generale chiaramente definiti dagli Stati membri in conformità con il diritto dell'Unione. A tale riguardo gli Stati membri dovrebbero in particolare esaminare la necessità di un intervento normativo rispetto ai risultati derivanti dalle forze di mercato. Se decidono di imporre norme di reperibilità, gli Stati membri dovrebbero imporre solo obblighi proporzionati alle imprese, per legittime considerazioni di interesse pubblico.

(39) La presente direttiva rispetta i diritti fondamentali e osserva i principi riconosciuti segnatamente dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea. In particolare, essa è volta a garantire il pieno rispetto del diritto alla libertà di espressione, della libertà d'impresa e del diritto al controllo giurisdizionale e a promuovere l'applicazione dei diritti dei minori sanciti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea.

(40) Il diritto di accedere a programmi di informazione politica è essenziale per tutelare la libertà fondamentale di essere informati e per assicurare che gli interessi dei telespettatori nell'Unione siano pienamente e adeguatamente protetti. Data la crescente importanza dei servizi di media audiovisivi per la società e la democrazia, i programmi di attualità politica dovrebbero, per quanto possibile e fatte salve le norme sul diritto d'autore, essere messi a disposizione a livello transfrontaliero nell'Unione.

(41) La presente direttiva non riguarda le norme di diritto internazionale privato, in particolare quelle che disciplinano la giurisdizione dei tribunali e la legge applicabile alle obbligazioni contrattuali ed extracontrattuali.

(42) Conformemente alla dichiarazione politica comune del 28 settembre 2011 degli Stati membri e della Commissione sui documenti esplicativi[37], gli Stati membri si sono impegnati ad accompagnare, in casi giustificati, la notifica delle loro misure di recepimento con uno o più documenti che chiariscano il rapporto tra gli elementi costitutivi di una direttiva e le parti corrispondenti degli strumenti nazionali di recepimento. Per quanto riguarda la presente direttiva, il legislatore ritiene che la trasmissione di tali documenti sia giustificata.

(43) È pertanto opportuno modificare di conseguenza la direttiva 2010/13/UE,

[37] GU C 369 del 17.12.2011, pag. 14.

HANNO ADOTTATO LA PRESENTE DIRETTIVA:

Articolo 1

La direttiva 2010/13/UE è modificata come segue:

1) l'articolo 1, paragrafo 1, è modificato come segue:

a) alla lettera a), il punto i) è sostituito dal seguente:

"i) un servizio, quale definito agli articoli 56 e 57 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, il cui obiettivo principale del servizio o di una sezione distinguibile di esso, è inteso alla fornitura di programmi, sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media, 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. Per siffatto servizio di media audiovisivo si intende o una trasmissione televisiva come definita alla lettera e) del presente paragrafo o un servizio di media audiovisivo a richiesta come definito alla lettera g) del presente paragrafo;";

b) è inserito il seguente punto a *bis*):

"a *bis*) "servizio di piattaforma per la condivisione di video", un servizio, quale definito agli articoli 56 e 57 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, che risponde ai seguenti requisiti:

i) il servizio consiste nella memorizzazione di un numero importante di programmi o di video generati dagli utenti, per i quali il fornitore della piattaforma per la condivisione di video non ha responsabilità editoriale;

ii) l'organizzazione del contenuto memorizzato è determinata dal fornitore del servizio, anche con mezzi automatici o algoritmi, in particolare mediante "hosting", visualizzazione, attribuzione di tag e sequenziamento;

iii) l'obiettivo principale del servizio o di una sezione distinguibile di esso è la fornitura di programmi e video generati dagli utenti per il grande pubblico, al fine di informare, intrattenere o istruire;

iv) il servizio è messo a disposizione mediante reti di comunicazioni elettroniche ai sensi dell'articolo 2, lettera a), della direttiva 2002/21/CE.";

c) la lettera b) è sostituita dalla seguente:

"b) "programma", una serie di immagini animate, sonore o non, che costituiscono un singolo elemento nell'ambito di un palinsesto o di un catalogo stabilito da un fornitore di servizi di media, comprensivo di lungometraggi, video di breve durata, manifestazioni sportive, commedie di situazione (sitcom), documentari, programmi per bambini e fiction originali;";

d) è inserita la seguente lettera b *bis*):

"b *bis*) "video generato dall'utente", una serie di immagini animate, sonore o non, che costituiscono un singolo elemento creato e/o caricato su una piattaforma per la condivisione di video da uno o più utenti;";

e) è inserita la seguente lettera d *bis*):

"d) *bis*) "fornitore della piattaforma per la condivisione di video", la persona fisica o giuridica che fornisce un servizio di piattaforma per la condivisione di video;";

2) il titolo del capo II è sostituito dal seguente:

"DISPOSIZIONI GENERALI RELATIVE AI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI";

3) l'articolo 2 è modificato come segue:

a) al paragrafo 3, la lettera b) è sostituita dalla seguente:

"b) se un fornitore di servizi di media ha la sede principale in uno Stato membro ma le decisioni editoriali sul servizio di media audiovisivi sono prese in un altro Stato membro, detto fornitore è considerato stabilito nello Stato membro in cui opera la maggioranza degli addetti allo svolgimento dell'attività di servizio di media audiovisivi;";

b) sono inseriti i seguenti paragrafi 5 *bis* e 5 *ter*:

"5 *bis* Gli Stati membri comunicano alla Commissione un elenco dei fornitori di servizi di media audiovisivi sottoposti alla loro giurisdizione e i criteri di cui ai paragrafi da 2 a 5 sui quali si fonda la loro giurisdizione. Essi quindi informano senza indugio la Commissione di qualsiasi modifica di detto elenco. La Commissione garantisce che i competenti organismi di regolamentazione indipendenti abbiano accesso a tali informazioni.

5 *ter* Qualora, nell'applicazione degli articoli 3 e 4 della presente direttiva, gli Stati membri interessati non concordino in merito a quale Stato abbia la giurisdizione, essi sottopongono senza indugio la questione alla valutazione della Commissione. La Commissione può chiedere al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (European Regulators Group for Audiovisual Media Services, ERGA) di formulare un parere in merito entro 15 giorni dalla presentazione della richiesta da parte della Commissione. Se la Commissione chiede un parere al gruppo, le scadenze di cui all'articolo 3, paragrafo 5, e all'articolo 4, paragrafo 5, sono sospese fino a che l'ERGA abbia emesso il parere.";

4) l'articolo 3 è sostituito dal seguente:

"Articolo 3

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 pertinenti ai settori coordinati dalla presente direttiva.

2. Gli Stati membri possono derogare in via provvisoria a quanto stabilito nel paragrafo 1 se un servizio di media audiovisivi erogato da un fornitore di servizi audiovisivi sotto la giurisdizione di un altro Stato membro:

a) viola in maniera evidente, grave e seria gli articoli 6 o 12 o entrambi;

b) pregiudica o presenta un rischio serio e grave di pregiudizio per la pubblica sicurezza, compresa la salvaguardia della sicurezza e della difesa nazionale; oppure

c) pregiudica o presenta un rischio serio e grave di pregiudizio per la sanità pubblica.

3. Gli Stati membri possono applicare il paragrafo 2 solo se sono soddisfatte le seguenti condizioni:

a) durante i 12 mesi precedenti la notifica di cui alla lettera b) del presente paragrafo, il fornitore di servizi di media ha, secondo lo Stato membri interessato, violato le lettere a), b) o c) del paragrafo 2 in almeno due occasioni;

b) lo Stato membro interessato ha notificato per iscritto al fornitore di servizi di media, allo Stato membro avente giurisdizione sul fornitore e alla Commissione le pretese violazioni e i provvedimenti che intende adottare in caso di nuove violazioni;

c) le consultazioni con lo Stato avente giurisdizione sul fornitore e la Commissione non hanno consentito di raggiungere una soluzione amichevole entro il termine di un mese dalla notifica di cui alla lettera b);

d) il fornitore di servizi media ha violato il paragrafo 2, lettere a), b) o c) almeno una volta dopo la notifica di cui alla lettera b) del presente paragrafo;

e) lo Stato membro notificante ha rispettato il diritto di difesa del fornitore di servizi media interessato e in particolare gli ha concesso l'opportunità di esprimere la sue opinioni in merito alle pretese violazioni e ai provvedimenti che intende adottare. Esso tiene in debita considerazione tali opinioni nonché quelle dello Stato membro avente giurisdizione.

Le lettere a) e d) del paragrafo 3 si applicano solo relativamente ai servizi lineari.

4. Entro tre mesi a decorrere dalla notifica dei provvedimenti adottati dallo Stato membro in applicazione dei paragrafi 2 e 3 e previa consultazione dell'ERGA, la Commissione adotta una decisione sulla compatibilità dei provvedimenti col diritto dell'Unione. Detto periodo inizia il giorno successivo alla ricezione di una notifica completa. La notifica è considerata completa se, entro tre mesi dalla sua ricezione o dalla ricezione di ogni altra informazione supplementare richiesta, la Commissione non chiede ulteriori informazioni.

Se la Commissione ritiene incompleta una notifica, richiede tutte le informazioni supplementari necessarie. La Commissione informa lo Stato membro della ricezione della risposta a tale richiesta.

Se lo Stato membro interessato non comunica le informazioni richieste entro la scadenza stabilita dalla Commissione o se comunica informazioni incomplete, la Commissione adotta una decisione nella quale si dichiara che i provvedimenti adottati

dallo Stato membro a norma del paragrafo 2 sono incompatibili con il diritto dell'Unione. Se la Commissione decide che i provvedimenti sono incompatibili con il diritto dell'Unione, lo Stato membro revoca senza indugio i provvedimenti adottati.

5. I paragrafi 3 e 4 fanno salva l'applicazione di qualsiasi procedimento, rimedio giuridico o sanzione contro tali violazioni nello Stato membro che esercita la propria giurisdizione sul fornitore di servizi di media interessato.

6. In casi urgenti gli Stati membri possono derogare alle condizioni di cui al paragrafo 3, lettere b) e c). I provvedimenti sono allora notificati al più presto alla Commissione e allo Stato membro avente giurisdizione sul fornitore di servizi di media, insieme ai motivi dell'urgenza per i quali lo Stato membro ritiene che l'urgenza sia tale da costituire una necessità di deroga da tali condizioni.

7. Fatta salva la possibilità degli Stati membri di procedere con i provvedimenti di cui al paragrafo 6, la Commissione verifica con la massima rapidità la compatibilità dei provvedimenti notificati con il diritto dell'Unione. Nel caso in cui giunga alla conclusione che i provvedimenti sono incompatibili con il diritto dell'Unione, la Commissione chiede allo Stato membro interessato di astenersi dall'adottare i provvedimenti previsti o di porvi fine con urgenza.

8. Gli Stati membri e la Commissione scambiano regolarmente esperienze e migliori prassi relative alla procedura stabilita ai paragrafi da 2 a 7 nell'ambito del comitato di contatto istituito a norma dell'articolo 29 e dell'ERGA.";

5) l'articolo 4 è modificato come segue:

a) il paragrafo 1 è sostituito dal seguente:

"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 per quanto attiene agli articoli 5, 6, 6 *bis*, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, da 19 a 26, 30 e 30 *bis*, purché tali norme siano conformi al diritto dell'Unione.";

b) al paragrafo 3, il seguente secondo comma è inserito dopo la lettera b) del primo comma:

"Lo Stato membro che ha adottato provvedimenti a norma del paragrafo 2, lettere a) e b), dovrebbe suffragare i motivi su cui fonda la valutazione della presunta violazione.";

a) i paragrafi 4 e 5 sono sostituiti dai seguenti:

"4. Uno Stato membro può adottare misure in applicazione del paragrafo 3 solo se sono rispettate le condizioni seguenti:

a) esso ha notificato alla Commissione e allo Stato membro nel quale l'emittente televisiva è stabilita la propria intenzione di adottare tali provvedimenti, adducendo i motivi sui quali fonda la sua valutazione;

b) solo se ha rispettato il diritto di difesa dell'emittente interessata e in particolare le ha concesso l'opportunità di esprimere la sue opinioni in merito alle pretese violazioni e ai provvedimenti che gli Stati membri notificanti intendono adottare;

c) previa consultazione dell'ERGA, la Commissione ha deciso che detti provvedimenti sono compatibili con il diritto dell'Unione, in particolare, che le valutazioni dello Stato membro che li adotta ai sensi dei paragrafi 2 e 3 sono correttamente motivate.

5. La Commissione decide entro tre mesi dalla notifica di cui al paragrafo 4, lettera a). Detto periodo inizia il giorno successivo alla ricezione di una notifica completa. La notifica è considerata completa se, entro tre mesi dalla sua ricezione o dalla ricezione di ogni altra informazione supplementare richiesta, la Commissione non chiede ulteriori informazioni.

Se la Commissione ritiene incompleta una notifica, richiede tutte le informazioni supplementari necessarie. La Commissione informa lo Stato membro della ricezione della risposta a tale richiesta.

Se lo Stato membro interessato non comunica le informazioni richieste entro la scadenza stabilita dalla Commissione o se comunica informazioni incomplete, la Commissione adotta una decisione nella quale si dichiara che i provvedimenti adottati dallo Stato membro a norma del paragrafo 3 sono incompatibili con il diritto dell'Unione. Se la Commissione decide che i provvedimenti sono incompatibili con il diritto dell'Unione, lo Stato membro interessato si astiene dall'adottare i provvedimenti previsti.";

d) il paragrafo 7 è sostituito dal seguente:

"7. Gli Stati membri promuovono i regimi di coregolamentazione e autoregolamentazione attraverso codici di condotta adottati a livello nazionale nei settori coordinati dalla presente direttiva nella misura consentita dai loro ordinamenti giuridici. Tali codici sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati negli Stati membri. Essi stabiliscono chiaramente e senza ambiguità i loro obiettivi e forniscono un monitoraggio e una valutazione regolari, trasparenti e indipendenti degli obiettivi fissati. Essi prevedono un'applicazione efficace, comprensiva altresì di sanzioni efficaci e proporzionate.

I firmatari dei progetti di codici di condotta dell'Unione di cui all'articolo 6 *bis*, paragrafo 3 e all'articolo 9, paragrafi 2 e 4, li presentano alla Commissione, congiuntamente alle modifiche o alle estensioni dei codici di condotta dell'Unione in vigore.

La Commissione può chiedere all'ERGA di formulare un parere in merito ai progetti, alle modifiche o alle estensioni di tali codici. La Commissione può se del caso pubblicare tali codici.";

6) il titolo del capo III è sostituito dal seguente:

"DISPOSIZIONI APPLICABILI AI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI";

7) all'articolo 5, la lettera d) è sostituita dal seguente:

"d) lo Stato membro avente giurisdizione sui fornitori di servizi di media e i competenti organismi di regolamentazione o di vigilanza.";

8) l'articolo 6 è sostituito dal seguente:

"Gli Stati membri garantiscono mediante appositi mezzi che i servizi di media di audiovisivi erogati dai fornitori di servizi media sottoposti alla loro giurisdizione non contengano istigazione alla violenza o all'odio nei confronti di un gruppo di persone o un membro di tale gruppo definito in riferimento al sesso, all'origine razziale o etnica, alla confessione, alla disabilità, all'età o all'orientamento sessuale.";

9) è inserito il seguente articolo 6 *bis*:

"Articolo 6 bis

1. Gli Stati membri garantiscono che i fornitori di servizi di media audiovisivi comunichino agli utenti informazioni sufficienti in merito al contenuto che potrebbe nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori. A tal fine gli Stati membri possono avvalersi di un sistema di descrittori che indicano la natura del contenuto di un servizio media audiovisivo.

2. Per attuare il presente articolo gli Stati membri promuovono la coregolamentazione.

3. La Commissione e l'ERGA invitano i fornitori di servizi di media a scambiare le migliori prassi relative ai sistemi di coregolamentazione applicati in tutta l'Unione. Se del caso la Commissione agevola l'elaborazione di codici di condotta di livello unionale.";

10) l'articolo 7 è soppresso;

11) l'articolo 9 è modificato come segue:

a) il paragrafo 2 è sostituito dal seguente:

"2. Gli Stati membri e la Commissione invitano i fornitori di servizi di media a elaborare codici di condotta concernenti le comunicazioni audiovisive commerciali non appropriate che accompagnano programmi il cui pubblico è composto in misura significativa da bambini o vi sono incluse, relative a prodotti alimentari o bevande che contengono sostanze nutritive e sostanze con un effetto nutrizionale o fisiologico, in particolare i grassi, gli acidi grassi trans, gli zuccheri, il sodio o il sale, la cui assunzione eccessiva nella dieta generale non è raccomandata.

Tali codici dovrebbero essere usati per ridurre efficacemente l'esposizione dei minori alle comunicazioni audiovisive commerciali di alimenti e bevande a elevato tenore di sale, zuccheri o grassi o che non soddisfino altrimenti gli orientamenti nutrizionali nazionali o internazionali. Tali codici dovrebbero far sì che le comunicazioni audiovisive commerciali non accentuino la qualità positiva degli aspetti nutrizionali di tali alimenti e bevande.

La Commissione e l'ERGA invitano a scambiare le migliori prassi relative ai sistemi di autoregolamentazione e di coregolamentazione applicati in tutta l'Unione. Se del caso la Commissione agevola l'elaborazione di codici di condotta di livello unionale.";

b) sono inseriti i seguenti paragrafi 3 e 4:

"3. Gli Stati membri e la Commissione incoraggiano l'elaborazione di codici di condotta di autoregolamentazione e di coregolamentazione concernenti le comunicazioni audiovisive commerciali non appropriate relative a bevande alcooliche. Tali codici dovrebbero essere usati per limitare efficacemente l'esposizione dei minori alle comunicazioni audiovisive commerciali di bevande alcooliche.

4. La Commissione e l'ERGA invitano a scambiare le migliori prassi relative ai sistemi di autoregolamentazione e di coregolamentazione applicati in tutta l'Unione. Se opportuno la Commissione agevola l'elaborazione di codici di condotta di livello unionale.";

12) all'articolo 10, la lettera b) è sostituita dalla seguente:

"b) non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi;";

13) l'articolo 11 è sostituito dal seguente:

"Articolo 11

1. I paragrafi 2, 3 e 4 si applicano solo ai programmi prodotti dopo il 19 dicembre 2009.

2. L'inserimento di prodotti è ammesso in tutti i servizi di media audiovisivi, fatta eccezione per i programmi di informazione e attualità, destinati ai consumatori, a contenuto religioso nonché quelli il cui pubblico è composto in misura significativa da bambini.

3. I programmi che contengono inserimento di prodotti rispettano le seguenti prescrizioni:

a) il loro contenuto e, nel caso di trasmissioni televisive, la loro programmazione non sono in alcun caso influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;

b) non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi;

c) i telespettatori sono chiaramente informati dell'esistenza dell'inserimento di prodotti. I programmi che contengono inserimento di prodotti sono adeguatamente identificati all'inizio e alla fine della trasmissione e quando il programma riprende dopo un'interruzione pubblicitaria, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore;

In via eccezionale gli Stati membri possono scegliere di disapplicare le prescrizioni di cui alla lettera c), a condizione che il programma interessato non sia stato prodotto né commissionato dal fornitore di servizi di media stesso o da un'impresa legata al fornitore di servizi di media.

4. In ogni caso i programmi non contengono inserimento di:

a) prodotti a base di tabacco o sigarette, né prodotti di imprese la cui attività principale è costituita dalla produzione o dalla vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco;

b) specifici medicinali o cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sul fornitore di servizi di media.";

14) l'articolo 12 è sostituito dal seguente e trasferito nel capo III;

"Articolo 12

Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che i programmi forniti da un fornitore di servizi di media audiovisivi soggetto alla loro giurisdizione che potrebbero nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori siano messi a disposizione del pubblico solo in maniera tale da escludere che i minori li vedano o ascoltino normalmente. Tali misure possono includere la scelta dell'ora di trasmissione, strumenti per la verifica dell'età o altre misure tecniche. Esse sono proporzionate alla potenziale nocività del programma.

Il contenuto più nocivo, come la violenza gratuita e la pornografia, è soggetto alle misure più rigorose, quali la criptazione e controlli parentali efficaci.";

15) L'articolo 13 è sostituito dal seguente:

"Articolo 13

1. Gli Stati membri garantiscono che i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla loro giurisdizione assicurino che il loro catalogo contenga almeno il 20% di opere europee e che queste siano poste in rilievo.

2. Gli Stati membri possono chiedere ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla loro giurisdizione di contribuire finanziariamente alla produzione di opere europee, anche attraverso investimenti diretti nei contenuti e contributi ai fondi nazionali. Gli Stati membri possono chiedere ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla loro giurisdizione, che si rivolgono al pubblico nei loro territori ma stabiliti in altri Stati membri, di contribuire finanziariamente. In tal caso i contributi finanziari sono basati esclusivamente sulle entrate provenienti dagli Stati membri interessati. Se lo Stato membro in cui è stabilito il fornitore impone un contributo finanziario, esso tiene conto degli eventuali contributi finanziari imposti negli Stati membri cui si rivolge il fornitore. I contributi finanziari sono conformi al diritto dell'Unione, in particolare alla legislazione in materia di aiuti di Stato.

3. Gli Stati membri presentano alla Commissione, entro il *[data – non oltre tre anni dall'adozione]* e in seguito ogni due anni, una relazione sull'attuazione dei paragrafi 1 e 2.

4. Sulla base delle informazioni comunicate dagli Stati membri e di uno studio indipendente, la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione dei paragrafi 1 e 2, tenendo conto degli sviluppi commerciali e dei progressi tecnologici nonché dell'obiettivo della diversità culturale.

5. Gli Stati membri disapplicano le prescrizioni di cui ai paragrafi 1 e 2 per i fornitori aventi un fatturato e un pubblico di modesta entità o se si tratta di piccole imprese o di microimprese. Gli Stati membri possono altresì disapplicare tali prescrizioni nei casi in cui queste sarebbero impraticabili o ingiustificate a causa della natura o dell'oggetto dei servizi di media audiovisivi a richiesta.";

16) All'articolo 20, paragrafo 2, la prima frase è sostituita dalla seguente;

La trasmissione di film prodotti per la televisione (ad esclusione delle serie, dei seriali e dei documentari), opere cinematografiche e notiziari può essere interrotta da pubblicità televisiva e/o televendite una volta per ogni periodo programmato di almeno venti minuti.";

17) L'articolo 23 è sostituito dal seguente:

"Articolo 23

1. La percentuale quotidiana di spot televisivi pubblicitari e di spot di televendita nella fascia compresa fra le ore 7 e le ore 23 non deve superare il 20%.

2. Il paragrafo 1 non si applica:

a) agli annunci effettuati dall'emittente in relazione ai propri programmi e ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati ovvero in relazione a programmi di altre entità appartenenti al medesimo gruppo editoriale;

b) agli annunci di sponsorizzazione;

c) agli inserimenti di prodotti.";

18) Il capo VIII è soppresso;

19) È inserito il seguente capo IX *bis*:

"CAPO IX *bis*

"DISPOSIZIONE APPLICABILE AI SERVIZI DI PIATTAFORMA PER LA CONDIVISIONE DI VIDEO

Articolo 28 bis

1. Fatti salvi gli articoli 14 e 15 della direttiva 2000/31/CE, gli Stati membri garantiscono che i fornitori delle piattaforme per la condivisione di video adottino misure adeguate per:

a) tutelare i minori da contenuti che potrebbero nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori;

b) tutelare tutti i cittadini da contenuti che istighino alla violenza o all'odio nei confronti di un gruppo di persone o un membro di tale gruppo definito in riferimento al sesso, alla razza, al colore, alla religione, all'ascendenza, all'origine nazionale o etnica.

2. L'adeguatezza delle misure ai fini del paragrafo 1 è determinata alla luce della natura del contenuto in questione, del danno che può causare, dalle caratteristiche della categoria di persone da proteggere nonché dai diritti e dagli interessi legittimi, compresi quelli dei fornitori della piattaforma per la condivisione di video e degli utenti che hanno creato e/o caricato contenuti nonché dell'interesse pubblico.

Tali misure consistono, come opportuno:

a) nel definire e applicare nei termini e nelle condizioni dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video i concetti di istigazione alla violenza o all'odio come stabilito al paragrafo 1, lettera b), e di contenuto che potrebbe nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, a norma rispettivamente degli articoli 6 e 12.

b) istituire e applicare meccanismi affinché gli utenti delle piattaforme per la condivisione di video possano segnalare o indicare al fornitore di piattaforme per la condivisione di video interessato il contenuto di cui al paragrafo 1 conservato sulla sua piattaforma.

c) istituire e applicare sistemi per verificare l'età degli utenti delle piattaforme di condivisione di video per quanto attiene ai contenuti che potrebbero nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori;

d) istituire e applicare sistemi che consentano agli utenti delle piattaforme per la condivisone di video di valutare i contenuti di cui al paragrafo 1;

e) dotarsi di sistemi di controllo parentale per quanto attiene ai contenuti che potrebbero nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori;

f) istituire e applicare sistemi mediante i quali i fornitori di piattaforme per le condivisione di video spiegano agli utenti di tali piattaforme quale seguito sia stato dato alla segnalazione e all'indicazione di cui alla lettera b).

3. Ai fini dell'attuazione delle misure di cui ai paragrafi 1 e 2, gli Stati membri promuovono la coregolamentazione come disposto dall'articolo 4, paragrafo 7.

4. Gli Stati membri si dotano dei meccanismi necessari per valutare l'adeguatezza delle misure di cui ai paragrafi 2 e 3 adottate dai fornitori di piattaforme per la condivisione di video. Gli Stati membri affidano tali mansioni agli organismi designati a norma dell'articolo 30.

5. Gli Stati membri non impongono ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video misure più rigorose di quelle di cui ai paragrafi 1 e 2. Gli Stati membri possono imporre misure più rigorose in relazione ai contenuti illeciti. Nell'adozione di tali misure essi rispettano le condizioni stabilite dal diritto dell'Unione applicabile, quali,

come opportuno, quelle di cui agli articoli 14 e 15 della direttiva 2000/31/CE o all'articolo 25 della direttiva 2011/93/UE.

6. Gli Stati membri garantiscono che siano disponibili meccanismi di reclamo e ricorso per la risoluzione delle controversi fra utenti e fornitori di piattaforme per la condivisione di video relativi all'applicazione delle opportune misure di cui ai paragrafi 1 e 2.

7. La Commissione e l'ERGA invitano i fornitori di piattaforme per la condivisione di video a scambiare le migliori prassi relative ai sistemi di coregolamentazione applicati in tutta l'Unione. Se opportuno, la Commissione agevola l'elaborazione di codici di condotta di livello unionale.

8. I fornitori di piattaforme per la condivisione di video o, se del caso, le organizzazioni che li rappresentano a questo fine, presentano alla Commissione progetti di codici di condotta dell'Unione nonché le modifiche dei codici di condotta dell'Unione in vigore. La Commissione può chiedere all'ERGA di formulare un parere in merito ai progetti, alle modifiche o alle estensioni di tali codici. La Commissione può conferire l'opportuna pubblicità a tali codici.

Articolo 28 ter

1. Gli Stati membri garantiscono che i fornitori di piattaforme per la condivisione di video non stabiliti sui loro territori ma aventi l'impresa madre o una controllata sul loro territorio o che fanno parte di un gruppo di cui un'altra entità è stabilita sul loro territorio, sono considerati stabiliti sul loro territorio ai fini dell'articolo 3, paragrafo 1 della direttiva 2000/31/CE.

Ai fini dell'applicazione del primo comma, se l'impresa madre, la controllata o l'altra entità del gruppo sono stabilite ciascuna in diversi Stati membri, il fornitore sarà considerato stabilito nello Stato membro in cui è stabilita l'impresa madre o, se questa non è stabilita in uno Stato membro, dove è stabilita la sua controllata o, se questa non è stabilita in uno Stato membro, dove è stabilita l'altra entità del gruppo.

Ai fini dell'applicazione del secondo comma, se vi sono diverse controllate ciascuna delle quali è stabilita in diversi Stati membri o, se vi sono diverse altre entità del gruppo, ciascuna delle quali è stabilita in diversi Stati membri, gli Stati membri interessati garantiscono che il fornitore indichi in quale di questi Stati membri esso si ritiene stabilito.

2. Gli Stati membri comunicano alla Commissione un elenco dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video sottoposti alla loro giurisdizione e i criteri di cui all'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2000/31/CE, nonché al paragrafo 1, sui quali si fonda la loro giurisdizione. Essi aggiornano l'elenco con cadenza regolare. La Commissione garantisce che i competenti organismi di regolamentazione indipendenti abbiano accesso a tali informazioni.";

20) il titolo del capo IX è sostituito dal seguente:

"ORGANISMI DI REGOLAMENTAZIONE DEGLI STATI MEMBRI";

21) l’articolo 30 è sostituito dal seguente:

“Articolo 30

1. Ciascuno Stato membro designa uno o più organismi nazionali di regolamentazione indipendenti. Gli Stati membri garantiscono la loro indipendenza giuridica e funzionale da qualsiasi altro organismo pubblico o privato, lasciando impregiudicata la possibilità per gli Stati membri di istituire regolatori incaricati della vigilanza di diversi settori.

2. Gli Stati membri garantiscono che gli organismi nazionali di regolamentazione esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente nonché conformemente agli obiettivi della presente direttiva, in particolare per quanto attiene al pluralismo dei media, alla diversità culturale, alla tutela dei consumatori, al mercato interno e alla promozione della concorrenza.

Gli organismi nazionali di regolamentazione non chiedono né ricevono istruzioni da nessun altro organismo in merito all’espletamento delle mansioni loro assegnate a norma della normativa nazionale di attuazione del diritto dell’Unione. Ciò non osta alla supervisione a norma del diritto costituzionale nazionale.

3. Le competenze e i poteri degli organismi di regolamentazione indipendenti nonché le modalità di responsabilizzazione sono chiaramente definite dalla legge.

4. Gli Stati membri garantiscono che gli organismi nazionali di regolamentazione dispongano di sufficienti poteri di esecuzione per svolgere le loro funzioni in modo efficace.

5. Il capo di un organismo nazionale di regolamentazione o i membri dell’organo collegiale che svolge tale funzione nell’ambito di un organismo nazionale di regolamentazione possono essere licenziati solamente se non soddisfano più le condizioni richieste ai fini dell’esecuzione dei loro doveri stabiliti in anticipo dalla legislazione nazionale. Una decisione di licenziamento è resa pubblica, così come la dichiarazione delle motivazioni.

6. Gli Stati membri garantiscono che gli organismi nazionali di regolamentazione indipendenti dispongano di bilanci annuali distinti che sono resi pubblici. Gli Stati membri garantiscono altresì che gli organismi nazionali di regolamentazione dispongano delle risorse finanziarie e umane adeguate per consentire loro di svolgere le mansioni assegnate nonché di partecipare attivamente e di contribuire all’ERGA.

7. Gli Stati membri garantiscono l’esistenza di meccanismi efficaci a livello nazionale nell’ambito dei quali qualsiasi utente o fornitore di servizi di media o di piattaforma per la condivisione di video interessato da una decisione di un organismo nazionale di regolamentazione ha il diritto di ricorrere contro una decisione di un’autorità di regolamentazione che lo riguardi dinanzi a un organo di ricorso. L’organo di ricorso è indipendente dalle parti interessate dall’appello.

Tale organo di ricorso, che dovrebbe essere una corte, dispone delle competenze necessarie che gli consentano di svolgere le proprie funzioni in modo efficace. Gli

Stati membri garantiscono che i meriti della causa siano debitamente tenuti in considerazione e che esista un meccanismo di ricorso efficace.

In attesa dell'esito del ricorso, resta in vigore la decisione dell'organismo nazionale di regolamentazione, a meno che non siano concesse misure provvisorie conformemente al diritto nazionale.";

22) è inserito il seguente articolo 30 *bis*:

Articolo 30 bis

1. È istituito il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (European Regulators Group for Audiovisual Media Services, ERGA).

2. Esso si compone degli organismi nazionali di regolamentazione indipendenti nel settore dei servizi di media audiovisivi. Essi sono rappresentati dai capi o da rappresentanti ad alto livello degli organismi nazionali di regolamentazione la cui principale responsabilità è la supervisione dei servizi di media audiovisivi o, se non vi sono organismi nazionali di regolamentazione, da altri rappresentanti selezionati secondo le procedure proprie. Un rappresentante della Commissione partecipa alle riunioni del gruppo.

3. L'ERGA ha le seguenti mansioni:

a) consigliare e assistere la Commissione nei suoi lavori per garantire in tutti gli Stati membri un'attuazione coerente del quadro normativo relativo ai servizi di media audiovisivi;

b) consigliare e assistere la Commissione in merito a qualsiasi questione connessa ai servizi di media audiovisivi che rientra nelle competenze della Commissione. Se giustificato al fine di consigliare la Commissione in merito a talune questioni, il gruppo può consultare i partecipanti del mercato, i consumatori e gli utenti finali al fine di raccogliere le informazioni necessarie;

c) fornire uno scambio di esperienze e di buone prassi relative all'applicazione del quadro normativo per i servizi di media audiovisivi;

d) collaborare e fornire ai membri le informazioni necessarie per applicare la presente direttiva, in particolare per quanto attiene agli articoli 3 e 4;

e) fornire pareri su richiesta della Commissione, in merito alle questioni di cui all'articolo 2, paragrafo 5 *bis*, all'articolo 6*bis*, paragrafo 3, all'articolo 9, paragrafi 2 e 4, nonché su qualsiasi questione relativa ai servizi di media audiovisivi, in particolare sulla tutela dei minori e l'istigazione all'odio.";

4. La Commissione ha il potere di adottare, mediante un atto di esecuzione, il regolamento interno dell'ERGA.";

23) l'articolo 33 è sostituito dal seguente:

"Articolo 33

La Commissione monitora l'applicazione della direttiva da parte degli Stati membri, compresa l'applicazione della coregolamentazione e dell'autoregolamentazione mediante codici adottati a livello nazionale.

Entro il *[data – non oltre quattro anni dall'adozione]*, e successivamente ogni tre anni, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale una relazione sull'applicazione della presente direttiva.

Entro il *[data – non oltre dieci anni dall'adozione]* la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una valutazione *ex post*, corredata se del caso da proposte per il riesame, al fine di misurare l'impatto della direttiva e il relativo valore aggiunto."

Articolo 2

1. Gli Stati membri mettono in vigore le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative necessarie per conformarsi alla presente direttiva entro il *[data - non oltre un anno dall'entrata in vigore]*. Essi comunicano immediatamente alla Commissione il testo di tali disposizioni.

   Le disposizioni adottate dagli Stati membri contengono un riferimento alla presente direttiva o sono corredate di tale riferimento all'atto della pubblicazione ufficiale. Le modalità del riferimento sono stabilite dagli Stati membri.

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

Articolo 3

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

Articolo 4

Gli Stati membri sono destinatari della presente direttiva.

Fatto a Bruxelles, il

Per il Parlamento europeo	*Per il Consiglio*
Il presidente	*Il presidente*