

**Approvato dal Consiglio dei ministri lo Schema di decreto legislativo di recepimento della direttiva 2007/65/CE (cd. direttiva sui servizi di media audiovisivi)**

Una disciplina in materia di pubblicità coerente con i principi comunitari, il mantenimento di un'adeguata tutela della produzione televisiva indipendente e un rafforzamento delle norme a tutela dei minori. Sono tra le norme principali contenute nello schema di decreto legislativo di recepimento della direttiva 2007/65/CE sui servizi di media audiovisivi, approvato questa mattina dal Consiglio dei ministri.

In materia di pubblicità il provvedimento, che verrà inviato alle commissioni parlamentari per il parere di competenza, è pienamente conforme con la disciplina comunitaria, sia nella parte in cui rende più flessibili le regole relative alle interruzioni sia per quanto concerne il mantenimento di un regime rigoroso a tutela dell'utente relativamente ai limiti di affollamento giornaliero e orario che non possono superare il limite del 20%. In tale contesto, nel rispetto del principio comunitario che consente l'introduzione di limiti più restrittivi, è prevista una riduzione graduale dei tetti di affollamento orario per tutti i canali a pagamento, sia satellitari che terrestri, nel prossimo triennio (16% dal 2010, 14% dal 2011, e, a regime, 12% a decorrere dal 2012). La previsione di un regime differenziato per i canali a pagamento si inserisce a pieno titolo nel contesto di un sistema attualmente tripartito dei tetti di affollamento: la RAI infatti ha un limite del 12% orario e del 4% settimanale, le emittenti nazionali in chiaro del 18% orario e del 15% giornaliero e le tv locali del 25% orario e giornaliero che può arrivare fino al 40% se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot.

Una tale riduzione è, nella sostanza, finalizzata a garantire il consumatore-utente della pay tv. L'introduzione di limiti più severi è infatti una misura che consente di limitare il disvalore dovuto all'interruzione pubblicitaria, percepita come tale durante il processo di consumo da parte dell'utente, nel corso di un programma per il quale (e a differenza della televisione in chiaro) l'utente ha versato un apposito compenso (generalmente sotto forma di abbonamento) al fornitore del servizio per la fruizione di un contenuto c.d. premium a più alto valore aggiunto. Tale principio è peraltro sostenuto dalla autorità antitrust e da quella di settore in propri provvedimenti.

Una limitazione degli affollamenti della pay tv nei limiti indicati è stata peraltro chiesta dalla FIEG, l'associazione degli editori della carta stampata. Altri operatori del mercato televisivo, in primis le associazioni delle emittenti locali e alcune associazioni di consumatori (in particolare quella più attenta alle tematiche televisive, l'ADICONSUM) hanno chiesto la totale soppressione della pubblicità dai canali a pagamento, in linea con analogha disposizione prevista in Francia per Canal Plus.

Per quanto riguarda la promozione audiovisiva, la disciplina prevede un obbligo di investimento del 10 % in favore delle opere europee realizzate da produttori indipendenti riferito a tutti gli introiti annui delle emittenti. Viene mantenuto il principio della previsione di sottoquote in favore della cinematografia italiana, ancorché non predeterminate, ma comunque da individuarsi nell'ambito di un decreto ministeriale che verrà emanato entro nove mesi dall'entrata in vigore del decreto legislativo.

Il decreto introduce poi nuove disposizioni in materia di inserimento di prodotti (c.d. product placement), recependo

fedelmente quanto stabilito dalla Direttiva, e dunque ponendo il divieto di inserimento per taluni prodotti, quali il tabacco e i suoi derivati, e nei programmi per bambini.

Un'attenzione particolare è poi stata rivolta alla tutela dei minori con l'introduzione di una disciplina più rigida di quella vigente, peraltro applicabile a tutti i fornitori di servizi di media audiovisivi. Sono previste, in particolare, apposite misure volte a evitare che i minori possano assistere a trasmissioni che si caratterizzano per la presenza di contenuti gravemente nocivi, quali, ad esempio, i programmi a carattere pornografico, per i quali è previsto un divieto assoluto di trasmissione in orario diurno dalle 7 alle 23. E' inoltre prevista l'introduzione di un apposito sistema di classificazione che si basa su criteri proposti dal Comitato di applicazione del Codice Media e Minori, soggetti alla approvazione del Ministro dello sviluppo economico che li adotta con apposito decreto, e, per quanto riguarda i programmi criptati, di un apposito sistema di controllo parentale che, a differenza di quello attualmente in uso da parte degli operatori, prevede che ai contenuti nocivi sia in via generale inibito l'accesso, salva la possibilità di disattivazione per default da parte dell'utente attraverso l'inserimento di uno specifico codice ( cd. PIN ).

Il nucleo centrale delle nuove disposizioni, che tiene conto dell'evoluzione tecnologica e di mercato, si applica oltre che alle trasmissioni televisive di tipo tradizionale, anche a quei servizi di media audiovisivi on demand, che si caratterizzano per la trasmissione di un contenuto da un fornitore a un singolo utente, che è libero di scegliere individualmente quando e cosa vedere.