

CONTRIBUTO DI SKY ITALIA Srl

Nell'ambito del processo di revisione, da parte della Commissione europea, della direttiva 89/552/CEE, cd. Televisione Senza Frontiere (di seguito direttiva TVSF), come modificata dalla direttiva 97/36/CE, Sky Italia srl (di seguito Sky) è lieta di offrire il proprio contributo al fine di fornire elementi conoscitivi sui temi della direttiva, nella convinzione che i soggetti già attivi nel settore dell'audiovisivo possano validamente e consapevolmente suggerire emendamenti maturati dalla propria esperienza operativa

1. Ambito di applicazione della direttiva

In primo luogo, al fine di realizzare una sostanziale parità di trattamento fra i servizi che presentano caratteristiche sostanzialmente analoghe tra loro, riteniamo che la nozione di "servizi lineari" debba essere estesa a tutti i servizi che forniscono contenuti audiovisivi ricevibili dallo spettatore secondo le scelte orarie di programmazione del fornitore del servizio, quale che sia la piattaforma distributiva. In tal senso, in questa nozione dovrebbero rientrare non solo i servizi televisivi cd tradizionali, ma anche, a titolo esemplificativo, i servizi webcasting e streaming diffusi attraverso qualsiasi mezzo e quale che sia la tecnologia di diffusione utilizzata. Questo sarebbe peraltro in linea con la proposta avanzata dal Parlamento europeo nel Terzo Rapporto della Commissione al Consiglio al Parlamento europeo e alla Commissione Economica e Sociale sull'applicazione della direttiva TVSF che, a titolo esemplificativo, indicava le trasmissioni a mezzo internet e i servizi di video streaming come servizi che in futuro avrebbero dovuto essere inclusi nel campo di applicazione della direttiva TVSF.

In secondo luogo, appare imprescindibile che l'emananda regolamentazione tenga conto dello sviluppo tecnologico del settore audiovisivo e dell'incidenza di tale sviluppo sul processo di revisione della direttiva TVSF; in particolare alla luce di tale sviluppo, sembra corretto che la regolamentazione in materia sia indirizzata ad individuare le condizioni minime per garantire pari opportunità fra gli operatori del settore nel rispetto dei principi di equità e non discriminazione.

Conveniamo, pertanto, sull'applicazione a tutti i servizi a contenuto audiovisivo, lineari e non lineari, di alcune norme di base e sull'applicazione ai servizi non lineari unicamente di queste norme.

In terzo luogo, riteniamo che il procedimento di revisione della Direttiva Tv Senza Frontiere offra l'occasione propizia per il legislatore comunitario per verificare l'opportunità di norme più flessibili e proporzionali alle caratteristiche dei servizi lineari digitali. In questi anni, infatti, abbiamo potuto verificare che le norme pensate per l'ambiente analogico sono state applicate pedissequamente all'ambiente digitale con conseguente penalizzazione in Italia, in particolare, dei servizi televisivi digitali via satellite, anche a discapito delle potenzialità di sviluppo di questa tecnologia.

Si auspica, pertanto, per i servizi lineari digitali una forte riduzione della regolamentazione in modo da garantirne il migliore sviluppo possibile, quale che sia la piattaforma distributiva (ad esempio si ritiene necessaria una eliminazione, o almeno una sensibile riduzione, degli obblighi di programmazione a favore delle produzioni europee con specifico riferimento ai canali che per la loro natura o per la loro tematicità incontrano limiti oggettivi nel rispetto dei predetti obblighi)

Si segnala, infine, l'opportunità che i servizi avanzati disponibili attraverso la televisione lineare (quali ad esempio "button green", servizi mosaico, pubblicità interattiva, e così via) siano equiparati ai "servizi non lineari" e siano quindi assoggettati alle medesime regole applicabili a questi ultimi.

2. Accesso a brevi estratti

Per quanto concerne l'accesso a fini di informazione a brevi estratti di programmi di titolarità esclusiva delle emittenti televisive, non è la direttiva TVSF una sede appropriata per la disciplina di deroghe ai diritti esclusivi detenuti dai titolari o relativi licenziatari di diritti di sfruttamento su un evento. Infatti, la previsione di un diritto di "accesso" a tali contenuti deve essere lasciato alla libera contrattazione privata, trattandosi di uno sfruttamento commerciale di tipo concorrenziale.

3. Promozione della produzione audiovisiva europea

Ove il legislatore voglia continuare ad applicare ai servizi audiovisivi lineari norme in materia di quote europee, si ritiene che il sistema delle quote di trasmissione, pensato appositamente per l'ambiente analogico, debba essere totalmente riconsiderato dal legislatore comunitario.

In ogni caso, qualsivoglia proposta di rafforzamento delle attuali prescrizioni, quale ad esempio quella che chiede la soppressione della proposizione *“ogniqualevolta sia possibile e ricorrendo ai mezzi appropriati”* di cui all'art.4 della Direttiva TVSF deve essere disattesa in quanto in contrasto con il principio di proporzionalità, e flessibilità, e quindi con il Trattato di Maastricht. Anzi, in tal senso appare opportuno, ancora a salvaguardia del predetto principio, prevedere che in ogni caso le prescrizioni più restrittive adottabili dagli Stati membri non possano porsi in contrasto con i predetti principi di proporzionalità e flessibilità.

Inoltre, con riguardo alla richiesta dei fornitori di programmi audiovisivi concernente l'adozione di norme più severe in materia di verifica dei dati di programmazione degli operatori televisivi, si ritiene che queste non siano in alcun modo giustificate in quanto le singole Autorità indipendenti nazionali già dispongono di ogni necessaria misura normativa per effettuare gli opportuni controlli e da queste misure già derivano pesanti oneri e costi sulle emittenti.

4. Comunicazioni commerciali

Si condivide l'applicazione ai servizi lineari e non lineari della medesima nozione di *“comunicazione commerciale”*.

Si auspica, inoltre, che la direttiva recepisca una nozione di autopromozione più ampia e che nessuna delle norme dettate in materia di pubblicità siano a questa applicabili.

In particolare, dovrebbe essere introdotta una definizione di autopromozione del seguente tenore *“Costituiscono attività di autopromozione e pertanto non costituiscono pubblicità:*

- 1) le informazioni che consentono un accesso diretto all'attività dell'impresa, del soggetto o dell'organizzazione;*
- 2) le comunicazioni di ogni genere relative a beni, servizi o all'immagine dell'impresa, soggetto o organizzazione, elaborate in modo indipendente, in particolare senza alcun corrispettivo e così anche fra l'altro i messaggi diretti a promuovere programmi, servizi, canali o prodotti dell'emittente o dell'impresa che offre pacchetti di servizi tv”.*

Nella Comunicazione interpretativa sulla Direttiva TVSF dell'aprile 2004 (la *“Comunicazione”*), la Commissione sostiene che siano consentiti non solo i riferimenti al nome o logo dello sponsor di un programma, ma anche ai suoi prodotti o servizi, a condizione che questo avvenga senza particolare insistenza. Siamo favorevoli a questo chiarimento. Siamo inoltre favorevoli a che la Commissione chiarisca che all'interno di un programma sponsorizzato non vi siano limiti al numero di citazioni dello sponsor.

Siamo altresì favorevoli ad una maggiore flessibilità delle regole in materia di inserimenti pubblicitari al fine di consentire un maggiore sviluppo delle nuove tecniche pubblicitarie. Si ritiene comunque auspicabile, a fronte delle nuove forme di comunicazione commerciale, che la direttiva, coerentemente peraltro con le linee guida individuate con la Comunicazione, sancisca la conformità delle nuove tecniche pubblicitarie, consentite dalla trasmissione in tecnica digitale, con i vincoli e gli obblighi in materia di pubblicità (es. pubblicità interattiva, spleet screen, pubblicità virtuale). Si ritiene, infatti, che la disciplina dei messaggi pubblicitari debba modularsi in funzione del nuovo scenario tecnologico, al fine soprattutto di evitare che gli operatori già presenti in posizione di dominanza nel settore analogico possano ulteriormente estenderla a quello digitale.

Questa sembra anche la sede opportuna per chiarire che le sovrimpressioni (laddove non costituiscano sponsorizzazioni secondo la normativa vigente) non ledono la continuità della visione dell'evento e, quindi, sono da considerarsi pienamente legittime. Per le loro caratteristiche si ritiene inoltre che non debbano essere assoggettate né alle regole di distanza fra uno spot pubblicitario e l'altro, né ai limiti di affollamento pubblicitario, ma al solo obbligo di segnalazione attraverso mezzi di percezione visiva o acustica in modo da garantirne la conformità al principio di riconoscibilità del messaggio pubblicitario dal resto della programmazione.

5. Protezione dei minori

In tema di protezione dei minori, sarebbe opportuno prevedere misure di tutela che tengano conto, da un lato, delle diverse modalità di fruizione del servizio e, dall'altro, degli sviluppi tecnologici e dei mutamenti intervenuti nel mercato dell'audiovisivo. A tal fine si ritiene opportuna l'identificazione di alcune regole di base applicabili a tutti i servizi lineari e non lineari volte ad assicurare che i contenuti audiovisivi non vengano diffusi in modo da costituire un pericolo per lo sviluppo fisico o psichico dei minori. Tali regole dovrebbero essere poi ulteriormente rafforzate a seconda del grado di maggiore o minore pervasività del mezzo di diffusione. Pertanto con riferimento ai servizi in forma codificata, quali pay tv, pay per view, near video on demand, occorrerebbe considerare che i medesimi, per le modalità di diffusione e fruizione che li caratterizzano, non presentano quei caratteri di passività e casualità di ricezione che giustificano la necessità di una protezione rafforzata contro trasmissioni di tipo invasivo. A ciò si aggiunga che la tecnologia digitale consente la possibilità di applicazione di alcuni filtri alla diffusione dei contenuti che possono in qualche modo nuocere allo sviluppo fisico o morale dei minori.

Pertanto i servizi lineari ad accesso condizionato che siano dotati di particolari accorgimenti atti ad escludere che i minori accedano alla visione non hanno una capacità offensiva analoga a quella dei contenuti trasmessi in chiaro, in quanto l'accesso alle immagini è riservato alle persone adulte, che ne fanno richiesta e che sono in grado di controllare l'accesso alla visione.

In tal senso appare opportuno chiarire il disposto dell'art. 22 della direttiva, che come già emerso nel corso dell'audizione della Commissione Europea del 24 giugno 2003, suscita notevoli dubbi interpretativi. A tal fine si ritiene opportuno prevedere che le norme di cui all'art. 22 non si applichino alle trasmissioni ad accesso condizionato che consentano un controllo specifico e selettivo della visione.