

**Analisi dei piani europei, nazionali  
e locali di sostegno al sistema dei  
media, con particolare riferimento  
ai progetti televisivi su banda larga  
e sulle iniziative a sostegno della  
cross-medialità**



*Maria Chiara Buttiglione*

*Gabriella Serino*

Working Papers

---



N°5/2013

ISSN 2384-8960



**ANALISI DEI PIANI EUROPEI, NAZIONALI E LOCALI DI SOSTEGNO  
AL SISTEMA DEI MEDIA, CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AI  
PROGETTI TELEVISIVI SU BANDA LARGA E SULLE INIZIATIVE A  
SOSTEGNO DELLA CROSS-MEDIALITÀ**

*Maria Chiara Buttiglione*

*Gabriella Serino*



CENTRO ALTIERO SPINELLI Working Papers

N°5 - 2013

Via G. Chiabrera 199

00149 Roma

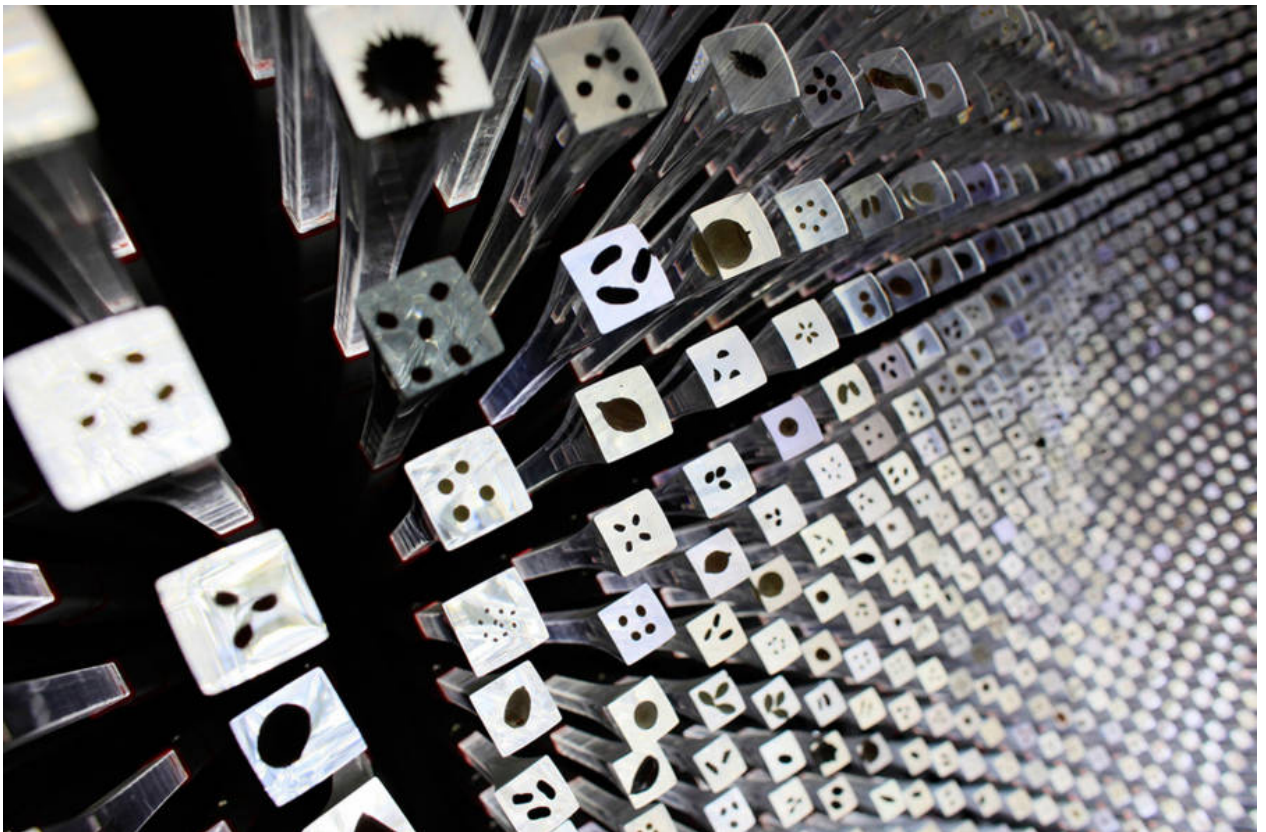
Tel. +39.06.5733.5212

Fax: +39.60.5733.5366

[www.centrospinelli.eu](http://www.centrospinelli.eu)

[centrospinelli@uniroma3.it](mailto:centrospinelli@uniroma3.it)

*Analisi dei piani europei, nazionali e locali di sostegno al sistema dei media, con particolare riferimento ai progetti televisivi su banda larga e sulle iniziative a sostegno della cross-medialità.*



Il presente volume è stato realizzato dalla Dr.ssa Maria Chiara Buttiglione (Capitolo I, par.1.8, 1.9, 1.10, 1.11;Capitolo. II, Capitolo III.) e dalla Dr.ssa Gabriella Serino (Capitolo I, par. 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7).

## **INDICE**

**Introduzione.** p.6

Premessa metodologica. p.6

L'evoluzione del mezzo televisivo dall'analogico al digitale, fino alla banda larga. p. 7

**1. Il Programma europeo in tema di regolamentazione e sostegno dei nuovi media.** p. 11

1.1. Direttiva 89/552/CEE ("Televisione senza frontiere", TSF) del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, sottoposta a una proposta di modifica da parte della Commissione nel dicembre 2005 e le successive revisioni. p. 11

- 1.1.1. Le successive modifiche. p. 14

1.2. 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, "Servizi di media audiovisivi senza frontiere". p. 17

1.3. Direttiva 2009/140/CE ("Legiferare meglio") del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2009 recante modifica delle direttive

2002/21/CE che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, 2002/19/CE relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime e 2002/20/CE relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica. p. 21

1.4. 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). p. 23

1.5. La Politica dello Spettro Radio (RSPP, *Radio Spectrum Policy Programme*). p. 29

- 1.5.1. La Raccomandazione sul programma quinquennale relativo alla politica in materia di spettro radio (RSPP). p. 31

-

1.6. Il piano di azione "*eEurope 2005: una società dell'informazione per tutti*". p. 37

1.7. Il quadro strategico "*i2010: la società dell'informazione e i Media al servizio della crescita e dell'occupazione*". p. 39

1.8. Il programma Media e la distribuzione cinematografica su *internet*. p. 41

- 1.8.1. Esempi di progetti realizzati nell'ambito del programma Media 2007. p. 44

1.9. Il Libro Verde sulla distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea – “*Verso un mercato unico del digitale: opportunità e sfide*”. p. 45

1.10. Proposta di risoluzione del Parlamento europeo sulla distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea. p. 48

1.11. Il Programma “*Europa creativa*”. p. 51

**2. La normativa italiana in tema di regolamentazione del settore televisivo su *internet*.** p. 55

2.1 Il Decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177: “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici come modificato dal Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44 "Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive"*. p. 56

2.2. Delibera n. 606/10 Autorità per le Comunicazioni: “*Regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica*”. p. 59

2.3. Il Piano Nazionale di Implementazione della Banda Larga. p. 62

- 2.3.1. La Regione Veneto. p. 65

**3. Il concetto di cross-medialità e i nuovi media.** p. 67

3.1. La cross medialità al servizio della cross medialità. p. 67



3.2. La cross-medialità e le Regioni, lo sviluppo delle <i>web-tv</i> .	p. 70
- 3.2.1. La Regione Abruzzo.	p. 71
- 3.2.2. La Regione Emilia Romagna.	p. 72
3.3. Le più note applicazioni commerciali della IpTv.	p. 74
3.4. Un caso di studio: Telecom Italia e il Canale Alice.	p. 78
<b>Conclusioni.</b>	p. 82
<b>Bibliografia</b>	p.84

*In copertina: particolare del Padiglione britannico esposto in occasione dell'Expo – Shanghai 2010. Fonte: <http://daily.wired.it/news/cultura/2012/06/04/thomas-heatherwick-leonardo-designer-65357.html>*

## **Introduzione**

### **Premessa metodologica.**

Il presente studio è incentrato sull'analisi delle legislazioni europee e nazionali in materia di sistemi audiovisivi e nuovi media.

La ricerca parte dall'analisi delle normative europee che regolano il settore, dei programmi di sviluppo e dei progetti in corso di definizione, come il Programma “*Europa creativa*”. Nel ripercorrere la legislazione nazionale si è cercato di tenere in considerazione anche l'aspetto, per nulla secondario, della carenza delle infrastrutture dedicate.

Non è, infatti, possibile proiettare nel prossimo futuro le tematiche affrontate senza tenere in debita considerazione le problematiche relative, soprattutto nel nostro Paese, allo sviluppo della rete di banda larga.

Nella prima parte del lavoro, si è voluto rendere conto dell'evoluzione normativa intervenuta a livello europeo attraverso la disamina dei principali atti normativi in tema di audiovisivo. Il punto di partenza è stata la direttiva cd. “*Televisione senza frontiere*”, che già nel 1989 ha inteso regolamentare la materia, sino ad esaminare i Programmi in corso di attuazione, con uno sguardo proiettato verso le future iniziative.

Obiettivo dell'analisi è dare atto dei necessari cambiamenti normativi, intervenuti a seguito dell'evoluzione tecnologica degli ultimi trenta anni, che hanno determinato il passaggio dal sistema analogico a quello digitale e in ultimo alla banda larga.

Le normative europee costituiscono le linee di indirizzo entro le quali vanno a inquadarsi le legislazioni degli Stati membri. Nella seconda parte la ricerca, senza pretesa di esaustività, si analizza il D.lgs 177/2005: “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”<sup>1</sup> e le delibere dell'Autorità per le

---

<sup>1</sup> D.lgs 177/2005: “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”.

Comunicazioni che costituiscono la normativa di dettaglio. Per completezza si è fatto riferimento anche al Piano di implementazione della banda larga messo a punto dal Ministero dello Sviluppo economico, per ottemperare a quanto previsto dall'Agenda digitale europea.

L'ultimo capitolo consta di una riflessione, di stampo sociologico, sullo sviluppo della cross-medialità nella società odierna. Sono stati esaminati, ad esempio, i nuovi sistemi di trasmissione dei contenuti audiovisivi *on line*, con particolare attenzione alle proposte delle Istituzioni su base nazionale e locale, oltre che delle principali aziende operanti nel settore. Vengono, inoltre, individuate le applicazioni tecnologiche più diffuse, ormai parte integrante del nostro modo di vivere, lavorare, informarci.

### **L'evoluzione del mezzo televisivo dall'analogico al digitale, fino alla banda larga.**

Il sistema delle comunicazioni è quanto mai complesso e tale complessità appare destinata ad aumentare in modo esponenziale nel tempo, parallelamente al progressivo sviluppo della tecnologia che ne è alla base.

Per questo motivo il presente studio non può avere pretesa di esaustività e necessita di essere inquadrato in un ambito specifico del settore.

Il riferimento al solo ambito televisivo e alla tecnologia a banda larga è necessario per individuare un settore definito cui riportare la ricerca.

Uno degli elementi che maggiormente caratterizza la ricerca è la natura "in divenire" della materia, sotto un duplice profilo, non separabile. E' del tutto evidente, infatti, che il prodotto tecnologico tende per sua stessa natura a specializzarsi nel tempo, creando da zero spazi anche non fisici che investono la quotidianità. Pertanto, è necessario lavorare al costante

---

<http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/05177dl.htm>

(ultimo accesso 13 dicembre 2012)

adeguamento normativo, che in una materia tanto complessa trova ambiti di applicazione assai ampi. Basti considerare la molteplicità di settori, di natura sociale e giuridica, che la tecnologia riesce ad investire. Un esempio può essere la necessità di controllo di determinati contenuti e dati immessi in rete e la protezione di specifiche categorie, quali possono essere, tra gli altri, i minori.

Tuttavia, partendo dall'esame della tecnologia a banda larga e delle relative applicazioni all'interno del settore televisivo, quale ambito specifico dell'offerta di servizi comunicativi, è utile sottolineare la connessione tra il profilo giuridico-normativo e quello tecnologico.

Si è generato un circolo virtuoso all'interno del panorama legislativo, che nasce - come spesso accade - da un'esigenza concreta: l'evoluzione e il progresso hanno esercitato una forte spinta creando nuovi mercati e nuovi servizi.

Il mercato dei servizi, a sua volta, rappresenta uno dei settori di maggiore rilievo strategico nel perseguimento dell'integrazione europea. Un'Unione che troverà effettivo compimento solo realizzando quell'auspicata piena mobilità di persone, capitali e servizi, il che potrà avvenire principalmente attraverso ulteriori passi in avanti nella direzione delle liberalizzazioni. Proprio queste ultime esercitano un impulso propulsivo anche sul piano interno per gli Stati membri, conducendoli ad un adeguamento delle normative nazionali.

Dunque, l'azione di regolamentazione avviene grazie al mercato, che si configura come un vero e proprio traino anche per il legislatore interno. Di certo, una legislazione avanzata dovrebbe riuscire a formulare norme capaci di essere in vigore prima che determinate problematiche si verificino, ma nel campo tecnologico sembra che questa sfida sia ancor più ardua di quanto possa generalmente accadere.

In merito, è il caso di riflettere anche sul possibile disincentivo allo sviluppo del settore, a causa di eventuali regolamentazioni eccessivamente stringenti e, dunque, incapaci di assecondare il necessario percorso di liberalizzazione dei servizi.

È, quindi, possibile individuare un ruolo di sprone della tecnologia (e dell'economia del mercato di riferimento) nei confronti del piano legislativo. In questo contesto, l'Unione europea agisce come "attivatore" dei processi normativi di regolamentazione.

Considerando che l'inquadramento della normativa europea costituisce il perno della trattazione della materia, va analizzata conseguentemente la normativa italiana.

Spostando l'analisi anche sul piano degli effetti, è dato evidente come quello della telefonia sia uno dei settori commerciali in cui la liberalizzazione ha comportato concreti miglioramenti, grazie alla competizione tra i gestori, la liberalizzazione delle tariffe, l'aumento dell'offerta. A ciò si unisce l'incessante innovazione che ha prodotto sensibili mutamenti nelle abitudini e – sembra possibile affermarlo – talvolta nel costume.

Le tecnologie di nuova generazione, applicate alla liberalizzazione dei servizi telefonici hanno comportato l'ingresso sul mercato di nuovi pacchetti, che comprendono l'utilizzo di telefonia, *internet* e televisione, aprendo un inesplorato settore di mercato.

Per meglio comprendere l'analisi che segue, sembra importante chiarire una differenza preliminare, tra la piattaforma *Internet Protocol Television* (IPTV) e le cosiddette *web-tv*.

Nel primo caso, si tratta di una tecnologia che utilizza una rete e un decoder forniti dal medesimo operatore che offre i servizi di telefonia, in cui *internet* rientra. Sulla base di tale piattaforma operativa è stato possibile per

le reti televisive sviluppare nuove modalità di fruizione del palinsesto, come, ad esempio, hanno fatto le aziende Rai, Mediaset e Sky Tv.

Viceversa, nel caso delle *web-tv* i programmi vengono visti attraverso la rete *internet* senza alcuna intermediazione. Il caso più conosciuto e che ha contribuito in maniera rilevante allo sviluppo del fenomeno è senza dubbio il canale *YouTube*. La possibilità di trasmettere contenuti video in rete è stata una delle maggiori novità degli ultimi decenni, grazie a questo canale, su cui chiunque, in qualità di utente, può creare un proprio *account* e registrarsi, potendo così non solo fruire dei contenuti altrui, ma immettere i propri.

## **1. Il programma europeo in tema di regolamentazione e sostegno ai nuovi media.**

**1.1. Direttiva 89/552/CEE ("Televisione senza frontiere", TSF) del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, sottoposta a una proposta di modifica da parte della Commissione nel dicembre 2005 e le successive revisioni.**

La direttiva 89/552/CEE è considerata la “pietra angolare della politica audiovisiva dell'Unione europea”<sup>2</sup>. Nota come direttiva TSF, "Televisione senza frontiere", deve il proprio nome al programma televisivo “Giochi senza frontiere”, condotto da Ettore Andenna, che ha proposto la direttiva una volta divenuto europarlamentare.

Si tratta di un atto di grande rilievo in materia di regolamentazione europea dell'audiovisivo, originata dalla presa di coscienza che fosse imprescindibile l'inclusione del mezzo di comunicazione più affermato fino a quel momento, anche per agire sulla politica di integrazione europea. La direttiva prevede, da un lato, la libera circolazione dei programmi televisivi europei nell'ambito del mercato interno e, dall'altro, ha obbligato le reti televisive a riservare parte delle proprie trasmissioni a “quote di diffusione” di opere europee.

La normativa tutela finalità di pubblico interesse, alcune realmente strategiche nel contesto europeo, come ad esempio la diversità culturale, altre di oggettiva centralità, come la protezione dei minori.

---

<sup>2</sup> “Attività televisive: direttiva "Televisione senza frontiere" (TSF)”, accessibile su: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24101\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_it.htm). (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Si incardina su di principio generale: gli Stati membri sono tenuti a garantire la libertà di ricezione e a non intralciare la trasmissione sul loro territorio di **programmi televisivi provenienti da altri Stati membri**. Le uniche restrizioni alla libertà di circolazione dei contenuti riguardano eventuali programmi televisivi che abbiano violato le disposizioni in materia di protezione dei minori.

La 89/552/CEE evidenzia come l'impegno del legislatore sia stato indirizzato al rispetto dei valori di condivisione del sentire europeo, muovendo dall'intento di favorire e realizzare il mercato unico dei servizi, anche attraverso la garanzia della trasmissione dei contenuti televisivi all'interno dell'intero territorio dell'Unione.

Per far ciò, ovviamente, è stato necessario uno sforzo costante di adeguamento, cercando di conciliare l'azione di regolamentazione centrale con le differenti esigenze interne degli Stati membri, in cui il contesto economico, culturale e sociale ha un indubbio impatto su come il mondo dei media in generale e il comparto televisivo in particolare siano organizzati, quanto siano o meno sviluppati e a che tipo di domanda interna debbano fare riscontro.<sup>3</sup>

Di non trascurabile interesse è l'invito rivolto agli Stati ad incoraggiare la distribuzione e produzione dei programmi televisivi europei, chiedendo che a questi le emittenti televisive destinino una "quota maggioritaria" del loro tempo di trasmissione, fatto salvo lo spazio necessario per i programmi di informazione, le manifestazioni sportive, i giochi, le pubblicità o i servizi di televideo e televendite (articolo 4).

---

<sup>3</sup> Proprio per dare atto della costante evoluzione con cui le Istituzioni europee hanno agito nel tempo al fine di garantire anche sul piano normativo una regolamentazione del settore delle telecomunicazioni capace di adeguarsi alle nuove esigenze tecnologiche e di gestione della rete trasmissione dati, si è scelto qui di indicare i riferimenti normativi che hanno accompagnato il passaggio dall'analogico al digitale, fino alla centralità oggi assunta dalla banda larga.



Altra indicazione utile, anche per aspetti di rilievo economico, è quella relativa all'impegno delle emittenti televisive degli Stati membri ad assegnare almeno il 10% del loro tempo di trasmissione, equivalente al 10% del bilancio di programmazione, alle opere europee realizzate da produttori indipendenti (articolo 5).

In merito all'attuazione di questo piano di intervento, è stato fissato l'impegno della Commissione a vigilare affinché le disposizioni contenute negli artt. 4 e 5 della direttiva siano effettivamente rispettate, manifestando la volontà di tutelare la diversità culturale, in un'ottica di arricchimento.

In questo senso va letta la possibilità concessa agli Stati membri di stabilire regole più stringenti, rispetto a quelle previste, nel caso vi sia un preciso obiettivo di politica linguistica.

In merito alla pubblicità all'interno dei programmi televisivi, la TSF prevede le seguenti disposizioni:

- la durata: al massimo 15 % del tempo di trasmissione quotidiano, 20% al massimo nell'arco di un'ora;
- considerazioni etiche, con particolare attenzione alla protezione dei minori;
- il rispetto di alcuni criteri per quanto riguarda la pubblicità di bevande alcoliche;
- il divieto di pubblicizzare il tabacco e i medicinali disponibili su prescrizione medica.

I programmi televisivi sponsorizzati sono ammessi a condizione che rispettino determinate regole, non devono compromettere l'indipendenza editoriale dell'emittente, non devono sollecitare l'acquisto dei prodotti o dei

servizi dello sponsor, non possono essere telegiornali o programmi di informazione politica.

### **1.1.1. Le successive modifiche.**

Una prima modifica alla direttiva è stata apportata dal Parlamento e dal Consiglio il 23 giugno 1997<sup>4</sup>, mantenendo il nome di "Televisione senza frontiere" e mirante a sancire che lo Stato membro, competente per le reti televisive, dovesse essere determinato sulla base della effettiva sede sociale di riferimento della società emittente, oltre che sulla base della sede in cui vengono stabilite le scelte relative alla programmazione dei palinsesti.

In questa fase sono stati inseriti riferimenti anche alla trasmissione di eventi in chiaro, di particolare rilievo per la società, con particolare riguardo a quelli di natura sportiva. Ogni Stato membro, in base alla previsione, ha avuto così la possibilità di stilare una lista di eventi da trasmettere in chiaro, anche se ne fossero stati acquistati i diritti di esclusiva da reti a pagamento, con lo scopo di salvaguardare il diritto di tutti i cittadini ad avere accesso alla fase di ritrasmissione di eventi considerati di assoluta rilevanza per l'impatto sociale prodotto.

Infine, quale ultimo tratto distintivo degno di nota, la revisione del 1997 detta disposizioni per garantire la protezione dei minori in relazione alla fruizione dei servizi televisivi. In proposito, prevede una specifica procedura per contrassegnare con un segnale acustico o un simbolo visibile sullo schermo televisivo, immediatamente prima della messa in onda, di eventuali contenuti e programmi considerati non adatti ai minori.

Nel 2001 è stato avviato un processo di modifica della direttiva "Televisione senza frontiere", che consta di diverse fasi successive.

---

<sup>4</sup> Direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive.

Un punto nodale è rappresentato dalla Quarta relazione sull'attuazione della direttiva TSF<sup>5</sup> (COM(2002) 778), incentrato sull'esame degli effetti prodotti dalla sua applicazione negli anni 2001 e 2002. La prima valutazione è sostanzialmente positiva.

Alla relazione è stato allegato un programma di lavoro su tematiche specifiche<sup>6</sup>. Nel 2003 è stata avviata una consultazione pubblica all'interno degli Stati membri e nei Paesi candidati all'allargamento. I temi investiti dalla consultazione sono stati numerosi, vale qui la pena menzionarne i più rilevanti:

- l'incoraggiamento alla competitività dell'industria europea audiovisiva;
- le regole sulla pubblicità;
- la promozione della diversità culturale;
- la protezione dei minori e dell'ordine pubblico.

Dai contributi ricevuti dalla Commissione è emerso un generale apprezzamento per l'impatto della direttiva in merito al ruolo di stimolo alla libertà di circolazione dei servizi televisivi nell'Unione. Allo stesso tempo è stata messa in luce una certa difficoltà nell'armonizzazione delle norme da parte degli ordinamenti interni, oltre alle criticità riscontrate in merito ad alcune tecniche pubblicitarie e alla tutela dei minori, con riferimento in

---

<sup>5</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0778:FIN:EN:PDF> , (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

<sup>6</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0778:FIN:EN:PDF>.

Le tematiche oggetto del programma sono le seguenti:

- Accesso agli eventi di maggiore rilievo sociale;
- Promozione della diversità culturale e della competitività nel programma Industriale europeo;
- Protezione degli interessi generali nella pubblicità, sponsorizzazione, televendite e autopromozione televisivi;
- Protezione dei minori e dell'ordine pubblico –il diritto di replica;
- Accesso ad “estratti” di eventi soggetti a diritti di esclusiva.

particolare alla navigazione *on line*, facendo emergere una connessione, seppure in chiave problematica, tra il settore televisivo *tout court e internet*.

La fase di consultazione pubblica si è conclusa con la pubblicazione della relativa comunicazione da parte della Commissione, nel dicembre 2003: "*Il futuro della politica europea in materia di regolamentazione audiovisiva*",<sup>7</sup> che ha previsto una nuova strategia fondata su due proposte, una di breve e una di medio periodo, designando così una scansione dei tempi di intervento:

- innanzitutto, l'adozione di una comunicazione interpretativa inerente i contenuti della direttiva TSF in ambito di pubblicità televisiva, oltre alla pubblicazione di un aggiornamento della raccomandazione sulla tutela dei minori;
- per il prosieguo, si auspicava una riflessione più accurata, mirante a inquadrare i problemi emersi attraverso la consultazione pubblica, facendo ricorso a studi indipendenti ed esperti delle materie di interesse.

Questa seconda fase ha avuto luogo lungo tra il 2004 e il 2005. Le tematiche affrontate sono state: la regolamentazione del settore pubblicitario, il diritto all'informazione, l'ambito di attuazione della successiva regolamentazione dei contenuti audiovisivi e, non ultimo, la promozione delle tematiche inerenti l'Unione europea.

Per quel che attiene, invece, gli studi commissionati<sup>8</sup>, questi si sono incentrati principalmente su:

---

<sup>7</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/124107\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/124107_it.htm), (ultimo accesso, 21 novembre 2012).

<sup>8</sup> [http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/finalised/bird\\_bird/pub\\_rapportfinal\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/finalised/bird_bird/pub_rapportfinal_fr.pdf), (ultimo accesso, 21 novembre 2012).

- l'influenza delle nuove tecniche pubblicitarie e delle misure adottate per il sostegno alla distribuzione e produzione dei programmi televisivi regolati dalla direttiva TSF;
- l'impatto delle misure concernenti la promozione della distribuzione;
- le misure di co-regolamentazione nel campo dei *media*;
- **il trattamento della televisione interattiva sul piano normativo.**

Proprio quest'ultimo dato consente di rilevare un ulteriore tassello nel processo di sviluppo e adattamento della normativa europea alle nuove dinamiche intervenute nel panorama tecnologico. E' evidente che, rispetto a quanto era possibile prevedere e disporre in materia di comunicazione televisiva, il quadro europeo è profondamente mutato rispetto alla prima regolamentazione, datata 1989.

All'evoluzione tecnologica si è accompagnato un progressivo mutamento della stessa "casa Europa", con ampio impatto qualitativo: il definitivo passaggio dalle Comunità all'Unione e, ancor più, l'allargamento ai nuovi Paesi. È stato quindi necessario intervenire nuovamente sulla materia.

**1.2. 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, "Servizi di media audiovisivi senza frontiere".**

Il processo di revisione è giunto ad un punto di approdo nel dicembre 2007, quando la Commissione europea ha consegnato i risultati della revisione e

presentato la nuova Direttiva 2007/65/CE "Servizi di media audiovisivi senza frontiere"<sup>9</sup>, che è andata dunque a sostituire la TSF. La nuova normativa ha modificato le norme fino ad allora vigenti, tenendo in debita considerazione gli aspetti inerenti le innovate logiche commerciali e le trasformazioni tecnologiche intercorse in ambito audiovisivo in Europa.

Questa fase di revisione si è svolta tra le polemiche, mosse principalmente da alcuni *internet provider* e possibili investitori attratti dall'ascendente piattaforma digitale. La protesta è stata rivolta essenzialmente nei confronti della Commissaria Viviane Reding. Quest'ultima aveva proposto di ampliare il concetto di "emittente" ai servizi di comunicazione in grado di offrire video e videoclip *on demand* sui dispositivi di telefonia mobile. Questa posizione è stata intesa come limitativa delle possibilità di sviluppo libero del mercato audiovisivo digitale.

Inoltre, la revisione è oggetto di contestazioni anche in merito al riferimento relativo al cd. "*product placement*", ossia la pratica della pubblicità indiretta. Si tratta, per l'appunto, di un inserimento pubblicitario, operato sovente in maniera occulta, al fine di inserire riferimenti a scopi commerciali all'interno dei programmi televisivi. Tecnica cui si fa ampio ricorso nel cinema e nei programmi televisivi statunitensi<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>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.

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/124101a\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/124101a_it.htm), (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

<sup>10</sup> Per una disamina dei punti oggetto della polemica in oggetto, si veda il testo originale di revisione della direttiva 89/552/CEE, nei punti: (b) '*programme*' means a set of moving images with or without sound constituting an individual item within a schedule or a catalogue established by a media service provider and whose form and content is comparable to the form and content of television broadcasting. Examples of programmes include feature-length films, sports events, situation comedies, documentaries, children's programmes and original drama; (d) '*media service provider*' means the natural or legal person who has editorial responsibility for the choice of the audiovisual content of the audiovisual media service and determines the manner in which it is organised; (f)

Riguardo a quest'ultimo punto, il Parlamento europeo ne ha approvato, nel dicembre 2006, la previsione all'interno del testo della nuova direttiva. È stata così concessa la possibilità di includere contenuti promozionali anche in televisione, nei filmati e nei programmi sportivi, ponendo però come condizione necessaria l'annuncio della presenza di tali inserimenti pubblicitari all'inizio, ogni 20 minuti e alla fine del programma. Per che riguarda l'Italia, l'allora Ministro delle Comunicazioni Gentiloni aveva esposto il proprio netto rifiuto rispetto all'introduzione della previsione all'interno dell'ordinamento italiano.<sup>11</sup>

Si precisa che sono state le piccole emittenti locali a sentirsi più minacciate, temendo che il regime pubblicitario "sotto traccia" favorisse le grandi aziende in grado di monopolizzare *de facto* il settore pubblicitario e di limitare il regime di libera concorrenza.

Tre sono state le parole d'ordine della direttiva 2007/65/CE: flessibilità, modernizzazione e semplificazione.

---

*'broadcaster' means a media service provider of television broadcasts; (g) 'on-demand audiovisual media service' (i.e. a non-linear audiovisual media service) means an audiovisual media service provided by a media service provider for the viewing of programmes at the moment chosen by the user and at his individual request on the basis of a catalogue of programmes selected by the media service provider; (h) 'audiovisual commercial communication' means images with or without sound which are designed to promote, directly or indirectly, the goods, services or image of a natural or legal entity pursuing an economic activity. Such images accompany or are included in a programme in return for payment or for similar consideration or for self-promotional purposes. Forms of audiovisual commercial communication include, inter alia, television advertising, sponsorship, teleshopping and product placement.* Il testo integrale in oggetto relativo alla revisione della direttiva 89/552/CEE è reperibile al seguente indirizzo: [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item\\_id=2343](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=2343) (ultimo accesso, 24 novembre 2012).

<sup>11</sup> Senato della Repubblica, Resoconto stenografico n. 14, 7° Commissione permanente (Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport), Indagine conoscitiva sul Cinema e lo Spettacolo dal vivo, <http://www.senato.it/documenti/repository/commissioni/stenografici/15/comm07/07a-20070320-IC-0334.pdf> (Ultimo accesso 13 dicembre 2012).

In concreto, gli obiettivi fondanti sono: da un lato, il riuscire a dirigere gli Stati verso lo snellimento delle norme vigenti, *in primis* nel settore pubblicitario; dall'altro, operare nel senso di una riclassificazione dei servizi, ripartendoli tra "lineari", ossia quei servizi che gli telespettatori recepiscono passivamente (tra cui, televisione tradizionale, Internet, telefonia mobile) e "non lineari", ossia quei servizi ricollegati al settore televisivo che gli stessi utenti richiedono di vedere (le cd. informazioni e televisione *on demand*).

Questa la sintesi relativa alle maggiori novità introdotte:

- ha modificato le previsioni relative al tetto pubblicitario (precedentemente stabilito in 3 ore giornaliere) che è stato abolito *in toto*. E' stato, invece, conservato il limite di 12 minuti di pubblicità per ogni ora di trasmissione, nell'ottica di evitare la dilatazione dei tempi pubblicitari in termini totali all'interno della giornata di palinsesto;
- è stato eliminato il precedente vincolo che prescriveva intervalli della durata di almeno 20 minuti tra una pausa pubblicitaria e l'altra, lasciando ora la libertà della scelta dei momenti considerati più appropriati per il passaggio in video dei consigli commerciali all'interno del palinsesto televisivo;
- per quel che concerne la cinematografia, i programmi di attualità, quelli per bambini e i notiziari, ha previsto un'interruzione ogni 35 minuti di trasmissione effettiva.

La direttiva "Servizi di media audiovisivi senza frontiere" è importante anche per aver introdotto un nuovo indirizzo di diritti e obblighi in materia di pluralismo dei media:



- ogni Stato membro è obbligato ad assicurare l'indipendenza dell'Autorità nazionale di regolamentazione cui fa capo l'attuazione delle disposizioni della direttiva;
- viene riconosciuto il diritto, per gli organismi di radiodiffusione televisiva, a poter fare uso di "brevi estratti" di contenuti, a condizioni non discriminatorie.

Include, inoltre, la disposizione già prevista nella direttiva “Televisione senza frontiere” volta ad autorizzare la promozione dei contenuti prodotti da società di produzione audiovisiva europee e indipendenti.

Al fine di tutelare la diversità culturale, la nuova normativa consente agli Stati di prevedere l'imposizione di quote di contenuti relative alle produzioni europee nei confronti degli organismi di radiodiffusione televisiva e degli altri fornitori di servizi.

Ciò ha comportato l'istituzione di un sistema di quote, attuabile in modo flessibile, che ha avuto ricadute positive, incentivando la produzione di contenuti europei.

**1.3. Direttiva 2009/140/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2009 recante modifica delle direttive 2002/21/CE che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, 2002/19/CE relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime e 2002/20/CE relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica Testo rilevante ai fini del SEE.**

Non si può eludere il rilievo delle modifiche apportate al Codice delle comunicazioni in Italia, a seguito dell'attuazione della direttiva n. 2009/140, che ha affrontato il tema della neutralità tecnologica delle frequenze.

Il provvedimento ha una forte connotazione tecnica, in quanto prevede una serie di disposizioni inerenti lo spettro radio e le frequenze, oltre ad inserirsi all'interno di un piano d'azione dell'Unione europea volto alla semplificazione normativa.

Evitando di percorrere sentieri eccessivamente dettagliati sotto il profilo tecnico della materia, si cerca di dare qui conto dei contenuti aventi una rilevanza specifica in merito alla materia trattata.

La direttiva 140 si inserisce in un quadro normativo pregresso, in cui rientra anche la decisione 676/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio europeo, in cui veniva riconosciuto l'interesse degli Stati membri per la gestione delle radiofrequenze. Punto di unione tra la decisione e la direttiva è l'attenzione rivolta alla libertà di espressione e, infatti, le stesse radiofrequenze vengono definite all'interno della direttiva "*una risorsa pubblica molto limitata*"<sup>12</sup>. La normativa europea, dunque, mira a mettere a punto un nuovo regime basato sulla libertà di scambio tra privati, ma soprattutto sul principio della neutralità dei servizi.

La direttiva 2009/140/CE contiene una serie di disposizioni inerenti l'attuazione, la pianificazione strategica e l'armonizzazione. Inoltre, prevede che le Autorità nazionali abbiano la facoltà di imporre la condivisione delle strutture di proprietà delle imprese che forniscono i servizi di comunicazione elettronica, in ossequio al principio di proporzionalità<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Sul punto, si veda il considerando 24 e l'art. 8-*bis* della direttiva 2009/140/CE del Parlamento europeo e del Consiglio.

<sup>13</sup> Cfr. anche Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, "Delibera n. 622/11/CONS - Regolamento in materia di diritti di installazione di reti di comunicazione elettronica per collegamenti dorsali e cubicazione e condivisione di infrastrutture".

I riflessi sul piano interno sono stati notevoli per l'Italia, poiché con il recepimento della direttiva Rai, Mediaset e H3G Italia hanno avuto accesso all'uso delle frequenze del digitale terrestre. Le tre aziende erano già in possesso delle frequenze inizialmente riservate alle trasmissioni tv su dispositivi di telefonia mobile.

Le nuove regole consentono agli operatori televisivi di convertire le frequenze DVB-H in DVB-T – destinate al digitale terrestre –, facendone richiesta all'AGCOM e al Ministero per lo Sviluppo economico. Questo passaggio è il risultato dell'asta delle frequenze televisive e dell'allocazione di alcuni canali alle reti televisive nazionali maggiori. La posizione di Rai e Mediaset risulta problematica in riferimento alla possibile acquisizione a titolo gratuito delle frequenze<sup>14</sup>.

**1.4. La 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).<sup>15</sup>**

La direttiva del 2010 – che ha abrogato la 89/552/CEE – risponde alla necessità di adattamento del quadro normativo europeo all'evoluzione del

---

<sup>14</sup> “Frequenze TV: governo recepisce direttiva UE sulla neutralità”, TV Digital Divide, 26 maggio 2012, <http://www.tvdigitaldivide.it/2012/05/26/frequenze-tv-governo-recepisce-direttiva-ue-su-neutralita/> (ultimo aggiornamento, 26 novembre 2012).

<sup>15</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010L0013:IT:NOT> , (ultimo accesso, 24 novembre 2012).

mezzo televisivo e dei servizi media audiovisivi, assumendo particolare rilievo l'impatto economico e sociale che ne deriva.<sup>16</sup>

I casi in cui la direttiva 2010/13/UE trova applicazione nei confronti dei fornitori di servizi del settore *media* sono i seguenti:

- vi deve essere corrispondenza tra la collocazione dello Stato membro in cui il fornitore ha la sede principale e la sede territoriale in cui vengono prese le decisioni editoriali sui servizi di media audiovisivi dell'azienda fornitrice;
- i servizi connessi al settore dei media audiovisivi e la sede principale della società fornitrice si trovano in diversi Stati membri dell'Unione;
- la sede dell'azienda fornitrice di servizi media audiovisivi è collocata in uno Stato membro dell'Unione, mentre le decisioni relative ai servizi da essa erogati sono prese in un Paese terzo;
- l'azienda fornitrice dei servizi utilizza un collegamento terra-satellite (noto anche come "up-link") collocato in uno degli Stati membri;
- il fornitore dei servizi audiovisivi fa uso di un segnale che abilitato a coprire il territorio di un solo Stato membro (cd. "capacità via satellite").<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Si vedano i punti 4 e 5 dei *considerando* della Direttiva 2010/13/UE: (4) *Alla luce delle nuove tecnologie di trasmissione di servizi di media audiovisivi, un quadro normativo riguardante le attività di trasmissione dovrebbe tenere conto dell'impatto dei cambiamenti strutturali, della diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) e delle innovazioni tecnologiche sui modelli d'attività, in particolare sul finanziamento della radiodiffusione commerciale, e dovrebbe garantire condizioni ottimali di concorrenza e certezza del diritto per le tecnologie dell'informazione e per il settore dei media e dei servizi connessi in Europa, nonché il rispetto della diversità culturale e linguistica.*

(5) *I servizi di media audiovisivi sono nel contempo servizi culturali ed economici. L'importanza crescente che rivestono per le società, la democrazia — soprattutto a garanzia della libertà d'informazione, della diversità delle opinioni e del pluralismo dei mezzi di informazione —, l'istruzione e la cultura giustifica l'applicazione di norme specifiche a tali servizi.*

La normativa prevede, altresì, possibili misure limitative per i servizi di media audiovisivi forniti da altri Stati membri che trasmettano messaggi di violenza o scene pornografiche, in grado di turbare l'emotività dei minori<sup>18</sup>, ovvero quando possano mettere a repentaglio il generale ordine pubblico, la pubblica sicurezza o la tutela dei consumatori.

Per garantire l'accertamento delle responsabilità legate alla trasmissione dei contenuti suindicati, in violazione delle restrizioni imposte, viene obbligatoriamente richiesto ai fornitori di servizi media audiovisivi di dare indicazioni puntuali agli organismi di regolamentazione o vigilanza competenti, in merito alla propria identità, e all'indirizzo geografico.

Ulteriori disposizioni sono state previste riguardo al divieto di trasmissione di contenuti in grado di incitare all'odio per ragioni di etnia, sesso, religione o nazionalità.

Sempre in ottemperanza ad una visione fondata sul rafforzamento delle tutele individuali e collettive, la direttiva ha previsto che per i fornitori è fatto

---

<sup>17</sup> Si veda in merito l'art. 4 della direttiva 2010/13/UE: *“I fornitori di servizi di media cui non si applicano le disposizioni del paragrafo 3 si considerano soggetti alla giurisdizione di uno Stato membro nei casi seguenti:*

*a) se si avvalgono di un collegamento terra-satellite (up-link) situato in detto Stato membro;*

*b) anche se non utilizzano un collegamento terra-satellite situato in detto Stato membro, se si avvalgono di una capacità via satellite di competenza di tale Stato membro.”*

<sup>18</sup> Si veda: *CAPO VIII - TUTELA DEI MINORI NELLE TRASMISSIONI TELEVISIVE - Articolo 27*

*1. Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che le trasmissioni televisive delle emittenti soggette alla loro giurisdizione non contengano alcun programma che possa nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, in particolare programmi che contengano scene pornografiche o di violenza gratuita.*

*2. Le misure di cui al paragrafo 1 si applicano anche agli altri programmi che possono nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori, a meno che la scelta dell'ora di trasmissione o qualsiasi altro accorgimento tecnico escludano che i minori che si trovano nell'area di diffusione vedano o ascoltino normalmente tali programmi.*

*3. Inoltre, qualora tali programmi siano trasmessi in chiaro, gli Stati membri assicurano che essi siano preceduti da un'avvertenza acustica ovvero siano identificati mediante la presenza di un simbolo visivo durante tutto il corso della trasmissione.”*

obbligo di ottimizzare l'accessibilità dei loro servizi per i portatori di deficienze uditive e motorie; oltre a individuare misure di garanzia del diritto all'informazione, impedendo che determinati eventi caratterizzati da un interesse "pubblico" possano essere sottoposti a un regime di esclusività della trasmissione, al fine di salvaguardare il massimo grado di accessibilità all'informazione del pubblico nel suo complesso.

Parimenti a quanto previsto in passato, all'interno della prima direttiva in materia, si lascia la possibilità al singolo Stato membro di adottare le necessarie misure al fine di assicurare la garanzia del diritto all'informazione in tal senso intesa, oltre alla libertà di individuare autonomamente una lista degli eventi considerati di maggior rilievo e interesse per i propri cittadini.

Viene, inoltre, previsto che un determinato quantitativo di tempo (10%) della trasmissione debba essere allocato per opere europee<sup>19</sup> realizzate da produttori indipendenti rispetto alle emittenti che si occupano del servizio finale, ad eccezione del tempo preposto alla trasmissione di manifestazioni sportive, giochi, pubblicità, televendite. Uno specifico tetto è previsto anche per le fasce pubblicitarie da inserire all'interno dei prodotti audiovisivi.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> "Si veda a riguardo CAPO I, DEFINIZIONI, Articolo 1.3. della direttiva 2010/13/UE:"*Le opere di cui al paragrafo 1, lettera n), punti i) e ii), sono opere realizzate essenzialmente con il contributo di autori e lavoratori residenti in uno o più degli Stati di cui alle citate disposizioni rispondenti a una delle tre condizioni seguenti:*

*i) esse sono realizzate da uno o più produttori stabiliti in uno o più di tali Stati;*

*ii) la produzione delle opere avviene sotto la supervisione e il controllo effettivo di uno o più produttori stabiliti in uno o più di tali Stati;*

*iii) il contributo dei coproduttori di tali Stati è prevalente nel costo totale della coproduzione e questa non è controllata da uno o più produttori stabiliti al di fuori di tali Stati.*

*4. Le opere che non sono opere europee ai sensi del paragrafo 1, lettera n), ma che sono prodotte nel quadro di accordi bilaterali di coproduzione conclusi tra Stati membri e paesi terzi sono considerate opere europee a condizione che la quota a carico dei produttori dell'Unione nel costo complessivo della produzione sia maggioritaria e che la produzione non sia controllata da uno o più produttori stabiliti fuori del territorio degli Stati membri."*

<sup>20</sup> Si veda in merito l'Articolo 23, parr. 1 e 2 della Direttiva 2010/13/UE:

Rileva qui menzionare che la direttiva 2010/13/UE prevede la possibilità per i fornitori di servizi audiovisivi *on demand* di promuovere la produzione e l'accesso ad opere europee. Gli stessi fornitori possono contribuire finanziariamente per sovvenzionarne la produzione.

Gli Stati membri provvedono affinché anche i fornitori di servizi audiovisivi *on demand* promuovano la produzione e l'accesso alle opere europee, attraverso finanziamenti o evidenziandole nei loro cataloghi di servizi.<sup>21</sup>

Specifiche condizioni sono state poste anche in merito alla comunicazione commerciale audiovisiva, vietando innanzitutto la trasmissione di messaggi occulti di carattere promozionale a fini commerciali e con ricorso a tecniche subliminali, ovvero in grado di pregiudicare il rispetto della dignità umana o di veicolare messaggi discriminatori.<sup>22</sup>

---

1. La percentuale di spot televisivi pubblicitari e di spot di televendita in una determinata ora d'orologio non deve superare il 20 %.

2. Il paragrafo 1 non si applica agli annunci dell'emittente relativi ai propri programmi e ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti.

<sup>21</sup> In particolare, in merito alle previsioni relative al coordinamento tra legislazione europea e legislazione nazionale e la libertà di scelta lasciata agli Stati membri si veda: “ 5. *La Commissione decide entro tre mesi dalla notifica di cui al paragrafo 4, lettera a). Se la Commissione decide che le misure sono incompatibili con il diritto dell'Unione, lo Stato membro interessato si astiene dall'adottarle.*

6. *Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.*

7. *Gli Stati membri promuovono i regimi di co-regolamentazione e/o autoregolamentazione a livello nazionale nei settori coordinati dalla presente direttiva nella misura consentita dai loro ordinamenti giuridici. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati negli Stati membri e da assicurare un'applicazione efficace delle norme.” ibid.*

<sup>22</sup> Si veda in merito il punto “(104) *Poiché gli obiettivi della presente direttiva, vale a dire la creazione di un'area senza frontiere interne per i servizi di media audiovisivi, assicurando nel contempo un elevato livello di protezione di obiettivi di interesse generale, in particolare la tutela dei minori e della dignità umana, nonché la promozione dei diritti delle persone con disabilità, non possono essere realizzati in misura sufficiente dagli Stati membri e possono dunque, a causa delle dimensioni e degli effetti della presente direttiva, essere realizzati meglio a livello dell'Unione, l'Unione può intervenire, in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 del trattato sull'Unione europea; la presente direttiva si limita a quanto è necessario per conseguire tali obiettivi in*

Per quanto riguarda l'aspetto della sponsorizzazione per i programmi o servizi audiovisivi, vengono espresse alcune indicazioni fondamentali, in grado di dare un indirizzo in materia e garantire un adeguato livello di salvaguardia delle condizioni di mercato, coniugandole al rispetto dei principi generali precedentemente esposti.

Pur non imponendo una regolamentazione stringente, viene stabilito un regime minimo a cui le comunicazioni commerciali audiovisive dovrebbero attenersi, facendo opportuno riferimento ad obiettivi di interesse generale.<sup>23</sup>

---

*ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo.” della direttiva 2010/13/UE. *ibid.**

<sup>23</sup> Si vedano in merito i punti 79 – 82 dei considerando della Direttiva 2010/13/UE: (79) *La disponibilità di servizi di media audiovisivi a richiesta amplia la possibilità di scelta per i consumatori. Dal punto di vista tecnico, pertanto, non appare giustificato né opportuno imporre norme dettagliate a disciplina delle comunicazioni commerciali audiovisive per i servizi di media audiovisivi a richiesta. Tuttavia, tutte le comunicazioni commerciali audiovisive dovrebbero rispettare non solo le norme di identificazione, ma anche un complesso minimo di norme qualitative per rispondere a chiari obiettivi d'interesse generale.*

(80) *Come è stato riconosciuto dalla Commissione nella comunicazione interpretativa relativa a determinati aspetti delle disposizioni della direttiva "televisione senza frontiere" [25] riguardanti la pubblicità, l'elaborazione di nuove tecniche pubblicitarie e di pratiche di commercializzazione innovative ha creato nuove e efficaci opportunità per le comunicazioni commerciali audiovisive nei servizi di radiodiffusione tradizionali, che potenzialmente permettono a tali servizi di competere meglio e a parità di condizioni con le innovazioni nei servizi a richiesta.*

(81) *L'evoluzione commerciale e tecnologica conferisce agli utilizzatori dei servizi di media audiovisivi una scelta più ampia e maggiori responsabilità nell'uso che ne fanno. Al fine di restare proporzionata agli obiettivi di interesse generale, la regolamentazione dovrebbe prevedere un certo grado di flessibilità in relazione alle trasmissioni televisive. Il principio di separazione dovrebbe essere limitato alla pubblicità televisiva e alle televendite, e l'inserimento di prodotti dovrebbe essere consentito in determinate circostanze, a meno che uno Stato membro non decida altrimenti. Tuttavia, l'inserimento di prodotti, se occulto, dovrebbe essere proibito. Il principio di separazione non dovrebbe ostacolare l'utilizzo di nuove tecniche pubblicitarie.*

(82) *In aggiunta alle pratiche oggetto della presente direttiva, la direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell' 11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno [26], si applica alle pratiche commerciali sleali, come ad esempio le pratiche fuorvianti e aggressive utilizzate nei servizi di media audiovisivi. Inoltre, la direttiva 2003/33/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 maggio 2003, sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di pubblicità e di sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco [27], che proibisce la pubblicità e la*



## **1.5. La Politica dello Spettro Radio (RSPP, *Radio Spectrum Policy Programme* ).**

Il mondo della tecnologia è per definizione<sup>24</sup> destinato al costante e perpetuo adeguamento, dovendo produrre soluzioni innovative rispetto ai problemi concreti che l'industria pone.

Ma cosa vi è alla base dell'utilizzo dei dispositivi di cui si fa generalmente uso nel quotidiano (radio, televisioni, cellulari, telecomandi, GPS)? Tutti questi strumenti sono accumulati dal fatto che il loro funzionamento può avvenire solo grazie all'utilizzo di onde radio, le cui frequenze si muovono in un raggio che va da 9 kHz e 300 GHz, ossia quello che è anche noto come "spettro radio". Per semplicità, basti qui dire che le onde radio sono limitate e, pertanto, al fine di poterle utilizzare è necessario che il loro uso sia regolato. La costante tendenza alla crescita della domanda pone, dunque, un problema per la fruizione degli utenti e, in definitiva, per l'allocazione e la gestione dei servizi.

A livello europeo si cerca di stabilire le necessarie linee guida dello spettro radio, con l'obiettivo di riuscire a garantire a tutti gli Stati la disponibilità,

---

*sponsorizzazione a favore delle sigarette e degli altri prodotti del tabacco sulla carta stampata, nei servizi della società dell'informazione e nella radiodiffusione sonora, dovrebbe far salva la presente direttiva, viste le particolari caratteristiche dei media audiovisivi. L'articolo 88, paragrafo 1, della direttiva 2001/83/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 novembre 2001, recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano [28], che vieta la pubblicità presso il pubblico di determinati medicinali, si applica, come previsto al paragrafo 5 di tale articolo e fatto salvo quanto disposto all'articolo 21 della presente direttiva. Inoltre, la presente direttiva dovrebbe lasciare impregiudicato il regolamento (CE) n. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 dicembre 2006, relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari [29]. Ibid.*

<sup>24</sup> Daniele Gambarara e Domenico Lamedica "Lemma Tecnologia", accessibile su: <http://www.educational.rai.it/lemma/testi/macchina/tecnologia.html> (ultimo accesso, 28 novembre 2012).

evitando interferenze e sbilanciamenti, demandandone la concreta attuazione alle legislazioni interne.

Inutile qui ripercorrere le fasi che ci hanno condotto ad una vita più comoda e pratica. Restringiamo la nostra attenzione a una delle vere rivoluzioni degli ultimi decenni, *internet*, frutto a sua volta dell'evoluzione dei sistemi comunicativi che fanno capo al telefono.

In seguito, uno dei passi in avanti di maggiore interesse è stato quello che collega mezzi di comunicazioni differenti attraverso la tecnologia utilizzata per il trasferimento dei dati: la televisione e *internet*. Troviamo così uniti in un unico ciclo mezzi che già hanno un ruolo individuale, ma che acquistano ancora nuova forma e diversa utilità se declinati insieme, passando alla televisione su *internet*, che a sua volta può essere fruita su dispositivi diversi, siano essi computer, telefoni cellulari o altro. Non si può trascurare in questa considerazione il passaggio dall'analogico al digitale che ha investito tutti i Paesi europei negli ultimi anni.

Le descritte trasformazioni hanno imposto accurate riflessioni in termini di gestione dello spettro radio in Unione europea, soprattutto perché uno degli effetti del digitale è stato quello di rendere libera la banda larga per i cellulari. Infatti, proprio l'eliminazione della tecnologia analogica si prefiggeva di aprire alla liberazione delle frequenze nel campo della telefonia mobile.

Il problema di fondo è che con le ultime tecnologie di quarta generazione si può suddividere lo spettro radio tra utenti diversi, ossia i fornitori della rete *internet*, ovvero utilizzarlo per ripartire "la parte" di spettro radio disponibile per le **frequenze televisive** per scopi differenti. Tuttavia, a livello nazionale le norme sulle frequenze radio non contemplano le possibili nuove applicazioni che, unite all'accresciuta domanda di frequenze del mercato, rischia di determinare un quadro normativo

arretrato sotto il profilo tecnico, ma ancor più non in grado di garantire agli utenti la fruizione dei servizi desiderati, determinando così un freno per il mercato unico in ambito comunicativo a livello europeo.

Per questi motivi, si è resa imprescindibile una politica coordinata europea in materia di condivisione dello spettro radio, in grado di far potenziare il settore della banda larga, qui con particolare attenzione ai servizi legati al *wireless* e, compatibilmente, consentire anche un progressivo abbattimento dei costi dei servizi, attraverso la competitività, così come già positivamente accaduto in passato nel settore della telefonia fissa e mobile<sup>25</sup>.

Una strategia europea coordinata in materia di condivisione dello spettro radio condurrà ad un'espansione della capacità della rete mobile, a una riduzione dei costi della banda larga *wireless* e all'emergere di nuovi mercati, quali quello dei diritti secondari negoziabili per una determinata assegnazione di frequenze.

### **1.5.1 Raccomandazione sul Programma quinquennale relativo alla politica in materia di spettro radio (RSPP).**

Il 15 aprile scorso il Parlamento europeo ha sancito un'intesa tra gli Stati membri<sup>26</sup>, con la proposta di decisione del Parlamento e del Consiglio sul programma quinquennale relativo alla politica in materia di spettro radio

---

<sup>25</sup> Si veda anche Corrado Calabrò, “*Presentazione del Volume*”, in “*Diritto delle comunicazioni elettroniche. Telecomunicazioni e televisione dopo la terza riforma comunitaria del 2009*”, (a cura di) Fabio Bassan, Giuffrè, 2010.

<sup>26</sup> Società dell'informazione “*Frequenze radio: banda larga per il web mobile entro il 2013*”, accessibile su:

<http://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/content/20120210STO37772/html/Freque-nze-radio-banda-larga-per-il-web-mobile-entro-il-2013>

(ultimo accesso 25 novembre 2011).

(RSPP)<sup>27</sup>. In concreto, si tratta di un accordo tra i governi degli Stati membri per stabilire la migliore modalità di allocazione delle frequenze “rese libere” a seguito del passaggio alla televisione digitale, di cui uno degli usi preminenti dovrebbe essere proprio quello dei servizi mobili a banda larga.

Il relatore del Parlamento europeo, Gunnar Hökmark, ha dichiarato, in seguito all'accordo con gli Stati membri per la redistribuzione a livello europeo delle radiofrequenze dello spettro radio, che :

*“La prima politica europea in materia di spettro radio permetterà all’Ue di riconquistare la leadership mondiale nella comunicazione senza fili. Inoltre, ottimizzerà l’uso delle frequenze a vantaggio di tutti gli utenti di smartphone e altre piattaforme digitali mobili. Il programma in materia è parte integrante della creazione di un mercato digitale unico europeo.”*<sup>28</sup>

Il provvedimento approvato dal Parlamento europeo prevede che dal 1 gennaio 2013 debba essere resa libera la banda a 800 MHz in tutto il territorio dell’Unione e almeno 200 Mhz dovranno essere assegnati, entro il 2015, al traffico dati mobile, con l’intento di dar vita a un “mercato

---

<sup>27</sup> “Relazione sulla proposta di decisione del Parlamento europeo e del Consiglio europeo che stabilisce il primo programma relativo alla politica in materia di Spettro Radio”. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2011-0151+0+DOC+XML+V0//IT> (ultimo accesso 25 novembre 2011). Si veda anche il testo approvato : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2011-0220&language=IT&ring=A7-2011-0151#BKMD-32> (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

<sup>28</sup> ANSA, “ Ue: Parlamento apre frequenze radio per banda larga mobile”, accessibile su: [http://www.ansa.it/europa/notizie/rubriche/internetsocieta/2012/02/15/visualizza\\_new.html\\_99492759.html](http://www.ansa.it/europa/notizie/rubriche/internetsocieta/2012/02/15/visualizza_new.html_99492759.html) (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

paneuropeo delle telecomunicazioni<sup>29</sup>” per i servizi che fanno uso di banda larga. L’ambito investe, quindi, il discorso che “tiene banco” anche a livello interno negli Stati oggi giorno, relativo all’Agenda digitale.

Quale gradino successivo del percorso, entro il 2015 all’interno dell’Unione un’ulteriore fascia di 1200 MHz di banda larga dovrebbe essere resa disponibile e poi assegnata al traffico mobile dei dati. Infatti, la Commissione europea ha fissato la scadenza del 1 gennaio 2015 per stimare se sussiste o meno la necessità di armonizzare le bande di frequenze supplementari per gestire l’incremento del traffico dati *wireless*.

L’impatto di queste azioni potrebbe sfuggire ai più. Ecco allora qualche dato per conferirgli maggiore concretezza: lo spettro radio è oggi in grado di sostenere l’occupazione per un totale che si aggira intorno ai 3 milioni e mezzo di addetti, con un giro di affari che raggiunge i 250 miliardi di euro all’anno nel territorio europeo e tra questi rientrano i servizi a banda larga senza fili, capaci di poter scaricare fino a 100 Megabyte al secondo.

Uno dei maggiori problemi che si pone rispetto al supporto del settore riguarda, invece, la differenza, che ancora sussiste e che realmente divide gli utenti finali sul territorio europeo, a causa di mancanze e ritardi nello sviluppo delle reti e della copertura di determinate zone – soprattutto rurali. Le difficoltà sono da ascrivere solitamente a ritardi e inefficienze, ma spesso anche alla complessità di raggiungere determinate zone periferiche, oltre alla diseconomicità dell’investimento necessario rispetto alla scarsa utenza finale di riferimento<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Un mercato che riunisce circa 500 milioni di utenti. Si veda anche: Dario Martucci, “Spettro radio: dall’Ue l’Ok all’uso delle frequenze TV analogiche per la banda larga mobile”, accessibile su: [http://www.bitmat.it/articolo/0000091365/48/20/Spettro\\_radio\\_dall\\_Ue\\_1\\_Ok\\_all\\_uso\\_dell\\_e\\_frequenze\\_TV\\_analogiche\\_per\\_la\\_banda\\_larga\\_mobile.html#.ULHPn4f8Kzk](http://www.bitmat.it/articolo/0000091365/48/20/Spettro_radio_dall_Ue_1_Ok_all_uso_dell_e_frequenze_TV_analogiche_per_la_banda_larga_mobile.html#.ULHPn4f8Kzk) (ultimo accesso 25 novembre 2012).

<sup>30</sup> *Ibidem*.

Tuttavia, è proprio la determinazione dell'Unione europea - guidata dalla Commissaria Neelie Kroes – nel prefiggersi di eliminare il divario digitale, a portare avanti il piano di sviluppo dello spettro radio e il programma dell'Agenda digitale. D'altronde la competitività oggi passa soprattutto dalla rete e, se l'Unione vuole continuare a contare nel mondo, è quanto mai necessario accettare la sfida e dotarsi di mezzi tecnologici adeguati. Una sfida che si trasforma in opportunità, in special modo per quegli Stati che da soli avrebbero avuto elevate difficoltà di recupero del *gap* interno di sviluppo delle reti.

Forse non ci si dovrebbe soffermare sul mero dato tecnologico perché l'azione messa in campo dall'Unione è volta al miglioramento della qualità della vita e al rispetto dei diritti di tutti i cittadini europei, indistintamente. Questo é uno dei suoi tratti di maggior pregio: riuscire a consolidare e rafforzare internamente i propri Stati membri, mediante un'armonizzazione *in primis* normativa, cui segue quella dei risultati concreti.

L'innalzamento degli standard di vita probabilmente costituisce uno dei punti di eccellenza del percorso di integrazione europea, che oggi non cambia volto, ma è affidato a mezzi più immediati che, se ben utilizzati, possono concorrere a quel cammino avviato negli anni Cinquanta.

In tale contesto di base, il programma RSPP ( Programma quinquennale relativo alla politica in materia di spettro radio) viene in rilievo quale passaggio necessario per giungere all'obiettivo di un rafforzamento effettivo della rete di infrastrutture tecnologiche. Grazie ad esso sarà possibile portare a compimento il necessario adeguamento imposto dall'evoluzione dei servizi a banda larga senza fili di ultima generazione (cosiddetta 4G) e le relative applicazioni, ottenendo così quei benefici di utilizzo della rete per tutto ciò che attiene i servizi (trasporto, ricerca, protezione civile, ambiente, sanità, energia e cultura).

A supporto di tale assunto e quale spiegazione di maggior rilievo rispetto ai propositi dell'Unione europea in merito alla Politica dello Spettro Radio si riporta di seguito la dichiarazione della Vicepresidente della Commissione Ue per l'Agenda digitale Neelie Kroes: *"Lo spettro radio costituisce l'ossigeno dell'economia, è utilizzato da ogni singolo individuo e da ogni impresa. Se esauriamo lo spettro radio non funzioneranno le reti mobili né la banda larga. Ma questa prospettiva è inaccettabile: dobbiamo ottimizzare questa risorsa limitata riutilizzandola e creando un mercato unico per tali frequenze. Abbiamo bisogno di un mercato unico dello spettro radio, in modo da recuperare la leadership industriale mondiale nel settore delle comunicazioni mobili e dei dati e al fine di attrarre maggiori investimenti in ricerca e sviluppo"*.<sup>31</sup>

A seguito del via libera del Parlamento europeo del 15 febbraio<sup>32</sup>, la Commissione ha rivolto un invito alle autorità di regolamentazione, affinché sostengano l'innovazione senza fili, ampliando le possibilità di sviluppo di quelle sezioni del mercato interno per cui non sono necessarie licenze (si parla in merito di "bande non soggette a licenze") facendo ricorso alle misure che sono previste all'interno della Decisione spettro radio (676/2002/CE).

---

<sup>31</sup> Comunicato stampa della Commissione europea, 3 settembre 2012, "Agenda digitale: la Commissione si attiva per promuovere l'innovazione wireless tramite la condivisione dello spettro radio", accessibile su: [europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-929\\_it.doc](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-929_it.doc) (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

<sup>32</sup> Il 15 febbraio 2012 il Parlamento europeo ha adottato la Risoluzione legislativa relativa alla posizione del Consiglio in prima lettura in vista dell'adozione della decisione del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce un programma pluriennale relativo alla politica in materia di spettro radio. (15226/1/2011-C7-0012/2012-2010/0252 (COD)).

Cfr.

[http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2010/0252\(COD\)&l=EN](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2010/0252(COD)&l=EN) (ultimo accesso 13 dicembre 2012)

Inoltre, ha sollecitato anche una coerente azione di armonizzazione normativa degli Stati membri, che tenga conto dell'indirizzo dato: la condivisione dei diritti di sfruttamento, in modo da stimolare il mercato, garantendo certezza per gli utenti sotto il profilo giuridico, consentendo la più ampia condivisione dello spettro radio e delle innumerevoli applicazioni che ne derivano.

Come prima misura del nuovo programma dell'UE sulla politica dello spettro radio (IP/12/141),<sup>33</sup> oggi la Commissione invita:

- 1) a sostenere l'innovazione senza fili controllando ed eventualmente ampliando le bande armonizzate del mercato interno per le quali non è richiesta alcuna licenza (le cosiddette bande non soggette a licenza) mediante opportune misure che rientrano nei poteri decisionali della Decisione spettro radio (676/2002/CE)<sup>34</sup> ;
- 2) a promuovere un approccio normativo coerente in tutta l'UE volto a condividere i diritti di sfruttamento, che offra stimoli nonché certezza giuridica a tutti gli utenti (attuali e nuovi) che possono condividere le preziose risorse dello spettro radio.

---

<sup>33</sup> Comunicato stampa della Commissione europea, 15 febbraio 2012, "Digital Agenda: Commission welcomes step forward for wireless broadband with adoption of Radio Spectrum Policy Programme"

[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-141\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-141_en.htm)

(ultimo accesso, 28 novembre 2012)

<sup>34</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002D0676:EN:NOT>

(ultimo accesso, 28 novembre 2012)



## 1.6. Il piano di azione “*eEurope 2005: una società dell’informazione per tutti*”.<sup>35</sup>

Al fine di considerare le azioni messe in campo dall’Unione europea nel settore della connettività, è necessario almeno fare cenno al piano di azione *eEurope2005*, il cui obiettivo fondamentale è stato l’estensione della copertura *internet* su tutto il territorio europeo. Scopi ulteriori sono il conseguente rafforzamento del grado di accessibilità ai servizi, l’incremento della produttività in termini economici e, dunque, un sostanziale innalzamento degli standard qualitativi di vita.

*eEurope2005* ha avuto il merito di tracciare una strategia europea coordinata, volta a incoraggiare l’ampliamento dell’offerta di applicazioni, servizi, contenuti legati a *internet*, mediante lo sviluppo contemporaneo della tecnologia a banda larga, essenziale per il conseguimento di tali obiettivi.

Di seguito, un elenco dei principali punti che il piano di azione si proponeva di raggiungere entro il 2005:

- servizi pubblici in linea moderni;
  1. amministrazione elettronica ("e-government");
  2. servizi di apprendimento elettronico ("[e-learning](#)");
  3. servizi di telesalute ("e-health");
- un ambiente dinamico per il commercio elettronico ("e-Business");
- un'infrastruttura di informazione protetta;
- la disponibilità massiccia di un accesso a banda larga a prezzi concorrenziali;

---

<sup>35</sup> Cfr. “*eEurope 2005: una società dell’informazione per tutti*”. [http://ec.europa.eu/information\\_society/eeurope/2002/news\\_library/documents/eeurope2005/eeurope2005\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/2002/news_library/documents/eeurope2005/eeurope2005_it.pdf) (ultimo accesso, 13 dicembre 2013).

- una valutazione comparativa e la diffusione delle buone pratiche.<sup>36</sup>

La modalità operativa prescelta per il piano del 2005 ha semplicemente seguito il percorso tracciato con il precedente *eEurope 2002*, ossia fissare obiettivi precisi, come ad esempio l'adozione di nuovi strumenti legislativi per modernizzare la rete di servizi e infrastrutture e formulare programmi sinergici mirati.

Il piano d'azione ha avuto un impatto sostanzialmente positivo. Tuttavia, nella Comunicazione della Commissione, del 18 febbraio 2004, sulla revisione intermedia del piano d'azione *eEurope 2005*<sup>37</sup> viene posto in evidenza il ritardo nell'implementazione delle attività ricollegate proprio alla banda larga. I due ostacoli sottolineati nella relazione valutativa sono la mancanza di accuratezza da parte degli investitori - poco attenti alle carenze strutturali di aree rurali e regioni svantaggiate - e il disequilibrio tra la bassa domanda di collegamenti a banda larga rispetto all'offerta del servizio messo a disposizione degli Stati membri. Motivi della disattenzione sono in realtà i bassi ritorni economici per gli investitori, che hanno valutato il rischio di impiegare denaro in aree con bassa densità di popolazione e alte necessità di infrastrutture adeguate.

---

<sup>36</sup>“*eEurope2005*”in [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/124226\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226_it.htm)(ultimo accesso, 13 dicembre 2012).

<sup>37</sup> Per i dettagli della Comunicazione della Commissione, del 18 febbraio 2004, sulla revisione intermedia del piano d'azione *eEurope 2005*, si veda: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/124226\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226_it.htm) (ultimo accesso, 27 novembre 2012).

## **1.7. Il quadro strategico “i2010: la società dell’informazione e i media al servizio della crescita e dell’occupazione”<sup>38</sup>.**

Ulteriore passo avanti operato dall’Unione europea per le proprie scelte di sviluppo e competitività è il quadro strategico i2010, con cui la Commissione europea ha delineato gli orientamenti futuri per i campi di media e informazione. Si tratta di una politica integrata, in cui l’innovazione viene intesa come funzionale al sostegno della crescita. Un indirizzo politico quanto mai essenziale in un periodo di forte crisi economica, mirando alla creazione di nuova occupazione e miglioramento degli standard di vita in maniera trasversale all’interno della società. Anche i2010 rientra nella revisione della Strategia di Lisbona.

Ecco in sintesi i quattro obiettivi centrali del quadro strategico:

- elevare la velocità dei servizi in banda larga in tutta Europa;
- promuovere i nuovi servizi e i contenuti *on-line*;
- potenziare le apparecchiature e le piattaforme integrate, capaci di stabilire un sistema integrato al loro interno;
- mettere *internet* al riparo dalle frodi, dai contenuti dannosi e dai problemi tecnologici.

La Commissione europea ha esaminato i deficit di partenza, per avere chiare le necessità di intervento cui far fronte per realizzare il prefissato spazio unico europeo dell’informazione.

---

<sup>38</sup> “i2010: la società dell’informazione e i media al servizio della crescita e dell’occupazione” [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/c11328\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/c11328_it.htm) (ultimo accesso, 13 dicembre 2012).

In sintesi, è stato necessario aggiornare il quadro normativo delle comunicazioni elettroniche e definire una strategia di gestione dello spettro delle radiofrequenze, attuato principalmente con la direttiva 2009/140/CE. Inoltre, l'Unione ha dovuto realizzare una rete per i servizi della società dell'informazione e dei media mediante:

- la revisione del quadro giuridico per i servizi audiovisivi, che ha avuto avvio con la modifica della direttiva “Televisione senza frontiere”;
- la modifica alla parte dell'*acquis communautaire* inerente i servizi della società dell'informazione e dei media;
- il supporto continuo e coerente alla creazione e alla diffusione dei contenuti europei, avviato con i programmi “eLearning” e “eContentplus”;
- la realizzazione di politiche volte alla realizzazione della sicurezza della rete e dei servizi media e audiovisivi, con azioni di vigilanza e sorveglianza delle minacce, oltre che la pronta reazione agli attacchi e ai guasti dei sistemi<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> “Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - “i2010 – Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione” {SEC(2005) 717} “ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52005DC0229:IT:NOT> (ultimo accesso, 26 novembre 2012).

## **1.8. Il Programma Media e la distribuzione cinematografica su *internet*<sup>40</sup>.**

In tema di sostegno all'industria audiovisiva non è possibile soprassedere dall'analisi della decisione 1718/2006, relativa all'attuazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo. La decisione si inserisce nel quadro delle operazioni a sostegno della formazione, occupazione, riforma e coesione sociale. Nasce sul terreno fertile preparato dalle precedenti esperienze dei programmi Media I, Media II, Media Plus e Media formazione, che hanno contribuito allo sviluppo di progetti ed iniziative nel mercato dell'industria cinematografica europea.

Alla luce di queste esperienze precedenti il legislatore europeo individua tre settori specifici da implementare, relativi a :

- lo sviluppo delle opere audiovisive europee e l'acquisizione e il perfezionamento delle competenze nel settore audiovisivo;
- la produzione audiovisiva, la distribuzione, la proiezione nelle sale e la promozione delle opere europee;
- la digitalizzazione, che dovrebbe contribuire in modo decisivo al potenziamento del settore.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Decisione 1718/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio del 15 novembre 2006 relativa all'attuazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo. (MEDIA 2007)

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:327:0012:0029:IT:PDF>

<sup>41</sup> Per un maggiore approfondimento degli obiettivi del Programma Media cfr: [http://ec.europa.eu/culture/media/about/media-funding-schemes\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/about/media-funding-schemes_en.htm) (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Nelle premesse vengono evidenziate le potenzialità di crescita di questo settore, sempreché si rendano concorrenziali gli operatori e si apra il mercato anche alle piccole e medie imprese.

Infatti, l'importanza del settore audiovisivo all'interno del mercato non deve essere sottovalutata, soprattutto per quanto riguarda la creazione di posti di lavoro altamente qualificanti e orientati al futuro.

Lo sviluppo tecnologico, lungi dall'essere considerato fine a se stesso, costituisce ormai parte integrante delle opportunità di crescita, soprattutto nella promozione dell'industria culturale e nel campo dell'audiovisivo, sia come supporto per la creatività degli artisti, sia come strumento di distribuzione del prodotto.

A questo proposito, tra le priorità indicate, in relazione allo sviluppo della cross-medialità, emerge il *“seguito e sostegno dello sviluppo del mercato in materia di digitalizzazione, compresa la promozione di cataloghi attraenti di film europei forniti su piattaforme digitali”* e si fa riferimento alla necessità di incrementare il ricorso alle tecnologie digitali per la *“produzione, la post produzione, la distribuzione, la commercializzazione e archiviazione dei programmi audiovisivi europei”*.

In particolare, l'art. 5, relativo alla Distribuzione e Diffusione, indica gli obiettivi del programma:

*a) rafforzare il settore europeo della distribuzione incoraggiando gli operatori a investire nella coproduzione, acquisizione e promozione di film europei non nazionali e a definire strategie coordinate di commercializzazione;*

*b) migliorare la circolazione di film europei non nazionali sui mercati europeo e internazionale mediante misure di incoraggiamento*

*dell'esportazione, distribuzione su qualunque supporto e proiezione in sala;*

*c) promuovere la diffusione transnazionale delle opere audiovisive europee prodotte da società di produzione indipendenti, incoraggiando la cooperazione tra emittenti, da una parte, e produttori e distributori indipendenti, dall'altra;*

*d) incoraggiare la digitalizzazione delle opere audiovisive europee e lo sviluppo di un mercato digitale competitivo;*

*e) incoraggiare le sale cinematografiche a sfruttare le possibilità offerte dalla distribuzione digitale.”*

Il Programma Media 2007 coprendo l'arco temporale 2007-2013, è tutt'ora in corso, e ha finanziato molteplici iniziative. I fondi a disposizione dei progetti sono stati investiti nella produzione di opere cinematografiche, ma una quota è stata destinata ai progetti inerenti la formazione e ai progetti pilota, cioè quelle iniziative legate al connubio tra le nuove tecnologie digitali e tutte le attività inerenti la distribuzione e la post produzione.

Il Programma prevede la presenza di uffici ed attività dedicate all'interno di ogni Stato membro. In particolare, il Programma MEDIA Italia comprende finanziamenti e formazione a sostegno del connubio tra “nuove tecnologie e creatività”. Gli schemi di finanziamento riguardano principalmente:

- Progetti pilota;
- Video *on demand*;
- Distribuzione digitale cinema.

Gli obiettivi sono:

- incoraggiare l'uso delle tecnologie digitali per la distribuzione - compresi accessi personalizzati e interattivi - e la promozione di opere audiovisive europee e di contenuti europei attraverso l'Europa;  
- agevolare e ampliare l'accesso a cataloghi di opere in Europa grazie alle tecnologie digitali, sia quelle destinate all'utente (Video on demand), sia alla sala cinematografica (Distribuzione cinematografica digitale).<sup>42</sup>

### **1.8.1. Esempi di progetti realizzati nell'ambito del programma Media Italia 2007.**

Si riporta di seguito un bando relativo al “sostegno di progetti pilota con particolare riferimento all'introduzione e all'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione,” che si è concluso recentemente. Scopo del bando è il finanziamento di progetti che vedano l'applicazione delle tecnologie web al settore audiovisivo.

Sostegno per l'attuazione dei progetti pilota EACEA/10/12 (2012/C 88/11)

**Programma:**

Istruzione e cultura – Media 2007

**Scadenze:**

- 18/06/2012

**Descrizione:**

Il presente invito si basa sulla [decisione n. 1718/2006/CE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 novembre 2006, relativa all'attuazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo (MEDIA 2007).

Una delle misure da porre in essere nel quadro di tale decisione è il sostegno per l'attuazione di progetti pilota.

**Obiettivi:**

Sostegno di progetti pilota con particolare riferimento all'introduzione e all'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

**Attività:**

Le azioni ammissibili nell'ambito del presente invito sono:

1. distribuzione: nuovi modi di creare e distribuire contenuto audiovisivo europeo tramite servizi non lineari;

<sup>42</sup> <http://www.media-italia.eu/sostegni-finanziari/nuove-tecnologie.htm>



2. ambiente aperto di produzione mediatica;
3. distribuzione - promozione e commercializzazione: l'uso di tecniche del web volte a sviluppare comunità cinematografiche locali;
4. «Portale di congiunzione audiovisiva»: per allargare e migliorare l'accesso e lo sfruttamento delle informazioni strutturate del contenuto audiovisivo europeo mediante varie banche dati.

**Beneficiari:**

Il presente avviso è destinato alle società europee le cui attività contribuiscono al conseguimento degli obiettivi sopra indicati.

I candidati devono avere la loro sede in uno dei seguenti paesi:

- i 27 paesi dell'Unione europea,
- paesi SEE,
- la Svizzera,
- la Croazia,
- la Bosnia e l'Erzegovina (a condizione che il processo di negoziazione sia ultimato e la partecipazione di tale paese al programma MEDIA sia formalizzata).

**Importo disponibile:**

Il bilancio complessivo disponibile è di 1,5 Mln Euro.

**Modalità di partecipazione:**

Il contributo da parte della Commissione non potrà superare il 50 % dei costi ammissibili. Non è previsto un importo massimo.

Le domande devono essere presentate all'Agenzia esecutiva (EACEA) entro e non oltre il **18 Giugno 2012**.

Saranno ammesse unicamente le domande presentate mediante il modulo ufficiale, debitamente firmato dalla persona autorizzata ad assumere impegni vincolanti a nome dell'organizzazione richiedente.

## **1.9. Il Libro Verde sulla distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea – “Verso un mercato unico del digitale: opportunità e sfide”.<sup>43</sup>**

Nel luglio del 2007 è stato presentato il Libro Verde sulla distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea, per aprire una consultazione sulle opportunità e le sfide che lo sviluppo di un mercato unico digitale possono comportare.

---

<sup>43</sup>[http://ec.europa.eu/internal\\_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green\\_paper\\_COM2011\\_427\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green_paper_COM2011_427_en.pdf)

L'Unione europea è ben consapevole del fatto che il settore dell'audiovisivo fornisce un contributo significativo allo sviluppo economico. Una fetta di mercato che copre il 3% del Pil dell'intera Unione e occupa oltre 6 milioni di persone.

La tecnologia digitale e *internet* stanno cambiando lo scenario di questo mercato. L'interazione tra le diverse piattaforme ha reso possibile trasmettere il medesimo contenuto attraverso reti diverse. Non esiste più solo la trasmissione tramite la radiodiffusione tradizionale, terrestre, via cavo e via satellite, ma anche tramite *internet*. Il medesimo contenuto può essere inviato contemporaneamente su più dispositivi (tv, pc, console di gioco e supporti mobili di comunicazione).

Un quadro reso ancora più composito dal fatto che la televisione stessa è ormai abilitata all'accesso ad *internet*. Questo aspetto in particolare è suscettibile delle maggiori applicazioni, soprattutto in tema di distribuzione delle opere audiovisive attraverso la rete.

Lo scopo del Libro Verde è aprire un dibattito sulle “*opzioni politiche disponibili per sviluppare un contesto dove l'industria ed i consumatori europei possano beneficiare delle economie di scala offerte dal mercato unico digitale*”. Perciò vengono analizzate le problematiche in merito alla gestione dei diritti per la distribuzione *on line* dei servizi, la remunerazione dei titolari dei diritti audiovisivi e l'utilizzo *on line* delle opere.

Per aumentare la certezza del diritto degli Istituti per il patrimonio cinematografico e la problematica dell'accesso ai materiali culturali da parte delle persone con disabilità vengono suggerite eventuali modifiche legislative.

Partendo dalla premessa che ormai l'offerta di diffusione televisiva è sempre più diversificata, preliminarmente, è stata effettuata un'analisi del mercato. Nel 2009 la situazione si presentava così frammentata:

- Trasmissione via satellite : 31%
- Trasmissione via cavo : 30%
- Digitale terrestre: 25%
- *Internet Protocol Television* (cd.IpTv): 5%

Proprio in merito alla diffusione mediante IpTv, l'Europa occidentale si presenta come il più grande mercato del mondo. Nel 2010 vantava il 40% del totale mondiale degli abbonati. La Francia deteneva il primato con il 23%.

Relativamente alla creazione di servizi e licenze dei contenuti su base multi territoriale, è stato osservato che l'investimento necessario per quest'operazione ad oggi risulterebbe anti economico, perché la maggior parte dei servizi audiovisivi si rivolge ad un pubblico nazionale o ad una particolare area linguistica.

Sono, tuttavia, disponibili alcune piattaforme che offrono servizi transnazionali *on demand*. In questi casi, i diversi contenuti vengono adattati di volta in volta secondo le preferenze locali.<sup>44</sup>

L'analisi del mercato prosegue prendendo in considerazione le problematiche relative alla gestione dei diritti per la trasmissione *on line* dei servizi media audiovisivi, per la ritrasmissione degli stessi e per i

---

<sup>44</sup> *La tendenza è quella di continuare a rivolgersi ai clienti “nella loro lingua”, adattando i contenuti alle preferenze locali come la lingua, la classificazione dei film, i requisiti di doppiaggio o sottotitolaggio, la pubblicità, i periodi di vacanza e le preferenze generali dei consumatori. Questo atteggiamento è in linea con l'esperienza dei produttori e dei distributori, sia di piccole che di grandi dimensioni: questi hanno indicato che, sebbene le licenze per i contenuti siano concesse su base multiterritoriale in presenza di uno specifico modello aziendale, per promuovere e vendere i film in ciascun paese non si può prescindere da investimenti mirati e locali in termini di distribuzione e commercializzazione*

servizi transnazionali *on demand*. In particolare, quest'ultimo punto risulta controverso.

Il cinema in Europa occupa una posizione di rilievo nella produzione economica e culturale e nell'industria cinematografica la fase della distribuzione costituisce un momento delicato. Produttori e distributori decidono la scansione temporale della diffusione del prodotto attraverso le varie possibili piattaforme. Ad esempio, una tipica scaletta di distribuzione è: sala cinematografica, video/DVD/Blu Ray, video on demand, televisione a pagamento, televisione a libero accesso.

In questo contesto costituisce sicuramente un grave problema e un danno economico la tendenza a rintracciare copie contraffatte dei film *on line*, anche prima della distribuzione nelle sale cinematografiche.

La consultazione prosegue in merito alla necessità di individuare dei criteri di remunerazione dei titolari dei diritti per lo sfruttamento delle opere audiovisive, autori ed artisti.

#### **1.10. Proposta di risoluzione del Parlamento europeo sulla distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea.**

Grazie anche alle iniziative che sono seguite all'implementazione del Programma Media 2007, l'incontro tra innovazione tecnologica ed industria cinematografica sembra procedere di buon passo. Ci si avvicina veramente alla distribuzione cinematografica su *internet*?

A questo proposito è stata recentemente presentata, ed approvata, una proposta di risoluzione al Parlamento europeo in tema di distribuzione *online* di opere audiovisive nell'Unione europea, 2011/2313 (INI)- in

Commissione per la cultura e l'istruzione, avente come relatore Jean-Marie Cavada.<sup>45</sup>

Nella motivazione viene esplicitata l'esigenza di focalizzare l'attenzione sulla creazione audiovisiva, ormai indispensabile per lo sviluppo del mercato, a seguito del fallimento delle speranze che gli operatori avevano riposto nella direttiva "Televisione senza frontiere" del 1989.

Le innovazioni tecnologiche del tempo, le possibilità di utilizzo del satellite e gli inizi della televisione via cavo avevano acceso le speranze di *inondare l'intera Europa di contenuti audiovisivi europei ricchi e vari*.<sup>46</sup> Dopo un quarto di secolo è necessario prendere atto che l'evoluzione delle cose non ha portato i risultati attesi perché allo stato attuale, i servizi media audiovisivi ancora si rivolgono al solo pubblico nazionale, o a una determinata area linguistica.

Ad oggi sembra, quindi, inutile, se non dannoso, imporre un obbligo giuridico alla negoziazione delle licenze che coprono più territori, lingue o piattaforme.

---

<sup>45</sup>Proposta di Risoluzione del Parlamento europeo sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea.

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2012-0262+0+DOC+XML+V0//IT#title1> (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

<sup>46</sup> *“Come ha sottolineato la Commissione, la maggior parte dei servizi di media audiovisivi sono volti principalmente a un pubblico nazionale o a una determinata area linguistica. Per tale motivo non ricorrono i presupposti per imporre un obbligo giuridico alla negoziazione delle licenze che coprono più territori, lingue o piattaforme, poiché la domanda commerciale per tali licenze è molto limitata in questa fase dello sviluppo del mercato. L'imposizione di una licenza paneuropea, dunque, non potrebbe che agevolare la monopolizzazione del mercato da parte di attori con un potere d'acquisto più elevato, a scapito di numerose PMI che costituiscono la spina dorsale della produzione audiovisiva e cinematografica in Europa.*

*La questione della neutralità della rete è fondamentale in questo nuovo ambiente online. È necessario osservare che i servizi audiovisivi che utilizzano Internet per distribuire i loro contenuti e servizi sono sempre più numerosi. Il principio di neutralità di Internet è uno strumento determinante per aiutarli a offrire i loro servizi al maggior numero possibile di fruitori. È necessario dunque fare in modo che gli obiettivi legittimi di interesse generale, quali il pluralismo dei media e la diversità culturale, siano realizzati”.* Ibidem.

La domanda commerciale per tali licenze sarebbe molto limitata e agevolerebbe la “monopolizzazione” del mercato da parte di attori con un potere d'acquisto più elevato, a scapito delle piccole e medie imprese che, invece, sono la spina dorsale della produzione audiovisiva e cinematografica in Europa. Rimane internet, la rete neutrale, attraverso la quale vengono distribuiti i contenuti dei servizi audiovisivi. Tuttavia, le problematiche legate alla distribuzione cinematografica su internet sono molteplici, in particolare ne vengono evidenziate due:

- *“nell'era della "smart tv" (televisione con possibilità di connessione a Internet), gli artisti interpreti percepiscono spesso una remunerazione insignificante, stabilita dai contratti che li legano ai produttori audiovisivi a titolo di sfruttamenti secondari della loro interpretazione. Occorre inoltre sottolineare la necessità di inquadrare lo streaming, vista l'attuale spinosità della questione, e l'assoluta necessità di considerare soluzioni che vietino l'accesso alle piattaforme a pagamento di contenuti non autorizzati;*

- *con lo sviluppo imminente dei terminali con possibilità di connessione a Internet, il consumatore potrà accedere ancora più facilmente ai contenuti audiovisivi tramite i motori di ricerca. Pertanto, nel contesto di una tale ricchezza di offerte, si teme che i primi link proposti dai siti di riferimento, gestiti inevitabilmente dai giganti americani, conducano il consumatore verso siti o servizi non nazionali e non europei”.*<sup>47</sup>

Le problematiche più rilevanti riguardano quindi l’accessibilità delle opere e la protezione dei diritti d’autore. La proposta è stata approvata una volta

---

<sup>47</sup> *Ibidem.*

acquisiti i pareri favorevoli delle Commissioni: Industria, ricerca ed energia (relatore per il parere Maria Badia i Cutchet) e della Commissione Giuridica (relatore per il parere Piotr Borys).

Con ogni probabilità il tema troverà il suo definitivo sviluppo nel corso del nuovo Programma “*Europa creativa*”.

### **1.11. Il programma “*Europa Creativa*”.**<sup>48</sup>

Il 29 giugno 2011, la Commissione ha adottato una proposta<sup>49</sup> da inserire nel prossimo quadro finanziario, 2014-2020. Nell’ambito del documento rientra anche il “*Europa creativa*”, che riunisce i Programmi Cultura, Media e Media Mundus e comprende un nuovo strumento finanziario per migliorare l’accesso al credito delle piccole e medie imprese e delle organizzazioni operanti nei settori coinvolti.

All’interno del Documento di lavoro dei servizi della Commissione: *Sintesi delle valutazioni di impatto che accompagna il Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un programma quadro denominato Europa creativa*<sup>50</sup>, sono evidenziate le considerazioni che hanno condotto alla previsione di questo nuovo strumento. L’analisi riporta i risultati degli attuali programmi in corso.

---

<sup>48</sup> Programma Europa creativa,

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=%2F%2FEP%2F%2FNONSGL%2BCOMPARL%2BPE-494.523%2B01%2BDOC%2BPDF%2BV0%2F%2FEN> (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

<sup>49</sup> Proposta della Commissione europea per il quadro finanziario pluriennale 2014-2020 [http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2011/mff2011/MFF\\_2011\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2011/mff2011/MFF_2011_it.pdf) (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

<sup>50</sup> Sintesi delle valutazioni di impatto che accompagna il Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un programma quadro denominato Europa creativa <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SEC:2011:1400:FIN:IT:PDF> (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

In merito al programma Cultura la valutazione è molto positiva: *“La valutazione conclude che il programma aiuta migliaia di artisti e professionisti della cultura- circa 20000 ogni anno- a sviluppare carriere internazionali, migliorando le loro competenze e capacità attraverso forme di apprendimento informale tra pari e creando nuovi percorsi professionali”*.<sup>51</sup>

Il programma Media ha promosso azioni che hanno prodotto risultati importanti ottimizzando il rapporto costi benefici e ottenendo un considerevole effetto –leva. *“Le azioni si sono focalizzate su attività con un impatto positivo sulla competitività dell’Unione europea e sulle esigenze che non sono affrontate a livello nazionale, come la distribuzione transnazionale”*<sup>52</sup>.

Nonostante le valutazioni positive sui programmi in corso, sembra necessario sviluppare in maniera unitaria il potenziale di questi settori.

Sono state individuate quattro problematiche comuni:

- Frammentazione del mercato dovuta alla diversità culturale e linguistica dell’Europa;
- Esigenza dei due settori di adeguarsi all’impatto della globalizzazione e del passaggio al digitale;
- Carenza di dati comparabili nel settore della cultura a livello europeo e nazionale;
- Difficoltà delle piccole e medie imprese culturali e creative ad accedere ai finanziamenti.

---

<sup>51</sup> *Ibidem.*

<sup>52</sup> *Ibidem.*



Considerate le criticità esposte, quale obiettivo generale si pone la promozione delle diversità culturali e linguistiche e il rafforzamento della competitività dei settori culturale e creativo, in modo da favorire una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva.

Queste esigenze sono state declinate in obiettivi specifici, volendo rafforzare la capacità dei settori di operare a livello transnazionale e la capacità finanziaria dei settori culturali. Inoltre si incentiva la circolazione transnazionale delle opere e degli operatori culturali, al fine di raggiungere nuovi pubblici in Europa e nel mondo.

Gli scopi ultimi sono l'intensificazione della cooperazione politica e la promozione di politiche per l'innovazione e la costruzione di nuovi modelli di *business*.

A seguito delle analisi di impatto è emerso che l'opzione preferita riguarda l'istituzione di un unico Programma quadro che consenta di ottenere le maggiori sinergie tra le politiche, facilitando il trasferimento della conoscenza e dell'arricchimento reciproco.

Inoltre, si semplificherebbe la gestione dei programmi riducendo così l'onere amministrativo sia per la Commissione che per gli Stati membri.

Il nuovo strumento di programma denominato "Europa creativa" si compone di quattro sezioni:

- la sezione Media per il settore audiovisivo;
- la sezione Cultura per gli altri settori culturali;
- strumenti finanziari;
- politiche di sostegno allo sviluppo di iniziative pilota, alfabetizzazione culturale e mediatica.

La previsione di un nuovo strumento finanziario dedicato si propone di facilitare l'accesso delle piccole e medie imprese culturali e creative ai

finanziamenti. La Commissione monitorerà e valuterà annualmente la performance e i risultati ottenuti in relazione agli obiettivi.

## **2. La normativa italiana in tema di regolamentazione del settore televisivo su Internet.**

Le trasmissioni televisive via *internet* costituiscono lo sviluppo tecnologico della cosiddetta tv via cavo. La IpTv, *Internet Protocol Television*, rende possibile andare oltre le funzionalità della televisione analogica grazie alla trasmissione di dati su banda larga (Adsl, Adsl 2, Wi fi, Wimax), che consente una buona fruizione dei contenuti televisivi.

La più grande innovazione nei confronti degli utenti riguarda la bidirezionalità assicurata dagli ordinari protocolli *internet*.

Senza entrare nelle specificazioni tecniche, basta comprendere che la IpTv è una piattaforma digitale caratterizzata da tecnologie e sistemi di controllo che permettono l'interattività. Ciò rende possibile l'erogazione di servizi televisivi di tipo diffusivo, come la Pay Tv, la Pay per view, il Near video *on demand* e il video *on demand*.

Tramite il sistema di IpTv vengono distribuiti i contenuti audiovisivi ricevuti dalle emittenti tradizionali (Rai, Mediaset, La 7 ecc.) e satellitari (Rai Sat 24, Sky, ecc.) attraverso l'infrastruttura di rete fino a raggiungere i clienti tramite il *decoder* collegato alla presa telefonica.

L'analisi di questo mercato nascente e in costante crescita dimostra come l'accesso privilegiato sia appannaggio degli operatori di telecomunicazioni di rete fissa. Questi ultimi, intuendo le possibilità introdotte dalle nuove tecnologie, hanno scelto di implementare le strutture esistenti grazie ad investimenti *ad hoc* e hanno introdotto sul mercato l'offerta di pacchetti comprendenti telefoni, *internet* e tv (es. Telecom e Alice).

Fa eccezione il caso di Fastweb, che ha realizzato una propria rete attraverso un lavoro di integrazione tra quelle preesistenti.

L'ormai inarrestabile sviluppo del mercato deve tuttavia fare i conti con il perdurare delle differenze in campo tecnologico ed infrastrutturale esistenti nel nostro paese. Il *digital divide*, infatti, fotografa una realtà italiana in forte ritardo riguardo alla capillare diffusione della banda larga, strumento imprescindibile per la diffusione della IpTv.

A questo proposito, nelle politiche di sostegno alla Società dell'Informazione, si innestano interventi di tipo diverso. Alcuni, di tipo legislativo, mirano a regolamentare e rendere competitivo il mercato, altri, di natura infrastrutturale, mirano a rendere le tecnologie di nuova generazione accessibili a tutti e riguardano l'implementazione della rete di banda larga.

Nei prossimi paragrafi analizzeremo la normativa di settore, che solo recentemente ha cercato di regolamentare il fenomeno e il Piano predisposto a cura del Ministero dello sviluppo economico, per portare a termine, su tutto il territorio nazionale, la copertura di banda larga, sulla scorta di quanto previsto dall'Agenda digitale europea.

**2.1 Il Decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177: “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici come modificato dal Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44 "Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive"*.**

La regolamentazione del settore affonda le proprie radici nella normativa in tema di tv via cavo, che ha effettuato la svolta verso il mercato libero solo alla fine degli anni '90, con il DPR 318/97, *Regolamento per l'attuazione*

delle direttive comunitarie nel settore delle telecomunicazioni, il quale include espressamente la tv via cavo tra i settori liberalizzati.<sup>53</sup>

Ad esso ha fatto seguito la delibera AGCOM 289/01: *Modifica ed integrazione della delibera 127/00 Cons: disposizioni concernenti il rilascio di autorizzazioni via cavo ai sensi della l.66/01*. Oggetto della delibera sono esclusivamente i servizi televisivi diffusivi come la Pay Tv, la Pay per view, il near video *on demand*.

La normativa in tema di comunicazioni elettroniche prevedeva il rilascio di una autorizzazione da parte del Ministero delle Comunicazioni entro 60 giorni dalla presentazione della domanda e stabiliva i requisiti soggettivi che devono essere posseduti dal richiedente.<sup>54</sup>

In considerazione della velocità delle trasformazioni tecnologiche negli anni 2000 si è sentita l'esigenza di compilare un Testo unico che riordinasse la materia delle radiotrasmissioni per rendere conto dei profondi cambiamenti del settore audiovisivo che negli ultimi anni hanno consentito l'ingresso sul mercato di nuovi attori.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> [http://www2.agcom.it/L\\_naz/dpr318\\_97.htm](http://www2.agcom.it/L_naz/dpr318_97.htm)

<sup>54</sup> Deve essere residente in Italia o in uno stato rientrante nello Spazio Economico Europeo che pratici condizioni di reciprocità nei confronti dei soggetti italiani, non deve aver subito condanne (per l'amministratore) che comportino pene detentive superiori a sei mesi per delitto non colposo o a misure di prevenzione previste dalla legge n. 423 del 1956 o dagli artt. 199 e ss del Codice Penale.

<sup>55</sup> **Art. 3 (Principi fondamentali)** *Sono principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, l'obiettività, la completezza, la lealtà e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose e la salvaguardia delle diversità etniche e del patrimonio culturale, artistico e ambientale, a livello nazionale e locale, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, della promozione e tutela del benessere, della salute e dell'armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore, garantiti dalla Costituzione, dal diritto comunitario, dalle norme internazionali vigenti nell'ordinamento italiano e dalle leggi statali e regionali.*

Lo sviluppo della cross-medialità - cioè la possibilità di una interazione tra diverse tecnologie al fine di veicolare in modo diverso contenuti audio e video - ha reso necessario il ripensamento della legislazione in materia.

Infatti l'articolo 1 del Testo unico, indica tra gli obiettivi la definizione *“dei principi generali per la prestazione di servizi di media audiovisivi e radiofonici, tenendo conto del processo di convergenza fra le diverse forme di comunicazioni, quali le comunicazioni elettroniche, l'editoria, anche elettronica ed internet in tutte le sue applicazioni”*.

La normativa viene incontro anche alle esigenze di uniformità richieste dall'Unione europea, che sottolinea le disparità di normazione e di infrastrutture tra i diversi paesi. Nelle definizioni, infatti, il legislatore richiama espressamente la nozione di "servizio di media audiovisivo", così come indicata agli articoli 56 e 57 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE), individuandone le caratteristiche fondamentali:

- la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi media;
- l'obiettivo principale della fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche.

Il Testo unico specifica ulteriormente che rientrano in questa definizione, e quindi nel campo di applicazione della normativa: la televisione analogica e digitale, la trasmissione continua in diretta, quale il live streaming, la trasmissione televisiva su Internet quale il *webcasting* e il *near video on*

*demand*, un servizio di media audiovisivo a richiesta, una comunicazione commerciale audiovisiva.<sup>56</sup>

Per il tema che ci riguarda, ossia la disciplina della prestazione dei servizi media audio visivi lineari o via cavo, la normativa prevede che tale attività sia esercitata dopo il conseguimento di una autorizzazione rilasciata dall’Autorità per le Comunicazioni, e non più dal Ministero delle Comunicazioni e rinvia ad un regolamento interno dell’Autorità per la definizione della disciplina di dettaglio.

Con le modifiche intervenute a seguito dell’approvazione del cosiddetto Decreto Romani<sup>57</sup> viene specificato che l’autorizzazione generale per i servizi tv non comporta in alcun modo una valutazione sui contenuti, ma ha lo scopo di individuare il soggetto richiedente.

## **2.2. Delibera n. 606/10 Autorità per le Comunicazioni: “Regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica”.**<sup>58</sup>

L’art. 21, comma 1-bis, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, così come modificato dall’articolo 17, comma 1, lettera c), del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 dispone che “*L’autorizzazione alla prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica è rilasciata dall’Autorità sulla base*

---

<sup>56</sup> Modifiche intervenute a seguito dell’approvazione del Decreto Romani, D.lgs 44/2010: “Attuazione della Direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l’esercizio delle attività legislative.”

<sup>57</sup> Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44 "Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive".

<sup>58</sup> <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=5416>

*della disciplina stabilita con proprio Regolamento, da emanare entro il 30 giugno 2010”.*

In seguito con la delibera n. 258/10/CONS<sup>59</sup> è stata indetta la consultazione pubblica sullo schema di regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica. Nel corso dei lavori, i diversi partecipanti hanno inviato le osservazioni in merito al documento loro sottoposto. Ne è nato un vivace dibattito e molte delle proposte inviate sono state accolte, divenendo parte della delibera definitiva.

Ad esempio, in merito alla definizione di “*servizio di media audiovisivo lineare*”, è stata sollevata la necessità di specificare che si tratta di “*mezzo di comunicazione di massa*” destinato “*ad essere ricevuto da una porzione considerevole del grande pubblico*” sulla quale potrebbe “*esercitare un impatto evidente*”, a carattere economico, distinguendo i diversi ruoli del fornitore di servizi di media audiovisivi, dell'aggregatore dei contenuti e dell'operatore di rete.

Inoltre, a causa della velocità con cui si evolvono le piattaforme digitali si è ritenuto necessario individuare con chiarezza i “*servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica*”.

A tale proposito l’Autorità ha ritenuto di doversi attenere alle definizioni della richiamata direttiva 2010/13/UE che dispone di considerare congiuntamente le caratteristiche indicate nei considerando da 21 a 28. Questi ultimi prevedono che, per potersi qualificare come servizio di media audiovisivo, il soggetto fornitore del servizio deve operare in concorrenza

---

<sup>59</sup> Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Delibera n. 258/10/CONS “*Consultazione pubblica sullo schema di regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell’art. 21, comma 1-bis, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=4409> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).



con la radiodiffusione televisiva, nell'ambito di attività precipuamente economiche, ed esercitare la responsabilità editoriale sui contenuti diffusi.

Per quanto riguarda l'autorizzazione, l'esigenza emersa con maggiore frequenza riguarda la semplificazione, *“l'Autorità ritiene quindi di prevedere il ricorso all'istituto del silenzio-assenso attraverso il tacito accoglimento della domanda, così come consentito dall'articolo 20 della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni e integrazioni, senza l'esplicito rilascio del titolo abilitativo. Ne consegue che i soggetti che presentano la domanda si intendono autorizzati decorsi 30 giorni, fatta salva la possibilità per l'Autorità di opporre un diniego con provvedimento esplicito, nel caso di carenza dei requisiti.”*

Rendendo conto delle consultazioni avvenute, l'Autorità ha ritenuto di poter inserire tra i soggetti da autorizzare anche le persone fisiche che, ai fini di una effettiva rintracciabilità, sono tenute all'iscrizione nel Registro delle Imprese in qualità di impresa individuale.

Rimangono incluse nell'elenco, nonostante le proposte di esclusione, le fondazioni e le associazioni, anche non riconosciute, in quanto ritenute rappresentative di un universo già presente nella regolamentazione della radiodiffusione terrestre con la previsione delle emittenti comunitarie.

Per ottemperare a quanto richiesto in tema di trasparenza e tracciabilità, si è prevista, per tali soggetti, l'esplicita indicazione del numero di partita IVA.

In merito ai requisiti di autorizzazione, l'Autorità si riporta a quanto previsto dall'articolo 5, comma 1, lettera b), del Testo unico: *“l'autorizzazione all'attività di fornitore di contenuti non può essere rilasciata a società che non abbiano per oggetto sociale l'esercizio dell'attività radiotelevisiva, editoriale o comunque attinente all'informazione ed allo spettacolo”*.

Il Regolamento approvato in esito alla consultazione ha previsto, inoltre, l'obbligo (articolo 6), per il soggetto che richiede il rilascio o il rinnovo dell'autorizzazione di effettuare un versamento a favore dell'Autorità a titolo di rimborso delle spese dell'istruttoria sulla domanda.

L'importo del contributo è pari a euro 500,00 per i servizi audiovisivi e a euro 250,00 per i servizi radiofonici.

### **2.3. Il Piano Nazionale di Implementazione della Banda Larga.**

Nel pacchetto di misure per la ripresa economica,<sup>60</sup> presentato dalla Commissione europea a dicembre 2008 non mancano considerazioni importanti relative alle opportunità che offre lo sviluppo delle nuove tecnologie nel campo delle telecomunicazioni, per favorire un rapido rilancio dell'economia. Il miglioramento della connettività a *internet* è uno dei fattori presi in considerazione.

Partendo proprio da questa riflessione, venivano fissati una serie di obiettivi per lo sviluppo della connettività attraverso l'uso della banda larga, per garantire a tutti i cittadini, entro il 2010, il 100% di copertura *internet* ad alta velocità. Per sostenere questo progetto la Commissione europea ha, tra l'altro, stanziato 1 miliardo di euro per portare la connessione nelle aree rurali.

Ancora oggi, infatti, con il termine *digital divide* si intende il divario esistente tra le diverse parti del territorio, in particolare tra i centri urbani e le zone rurali, in tema di accesso al collegamento *internet* su banda larga.

A seguito delle sollecitazioni in questo senso provenienti dalla Commissione, il Ministero dello Sviluppo Economico ha sviluppato il Piano Nazionale Banda Larga - autorizzato dalla Commissione - che si

---

<sup>60</sup> European Economic Recovery Plan, dicembre 2008.

pone l'obiettivo di consentire all'intero territorio l'accesso alla rete, grazie all'eliminazione del *deficit* infrastrutturale. Scopo ultimo di questo progetto è agevolare l'utilizzo delle nuove applicazioni tecnologiche a quei settori della popolazione e delle imprese che rischiano di rimanere tagliati fuori dal mercato globale.

L'ambizioso progetto affonda le sue radici nell'articolo 1 della legge 18 giugno 2009, n. 69, che attribuisce al Ministero dello Sviluppo economico il coordinamento di tutti i programmi d'intervento avviati nel territorio italiano volti all'implementazione delle reti a banda larga.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> L. 18 giugno 2009, n. 69. "*Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile*" Art. 1. (Banda larga)

1. Il Governo, nel rispetto delle attribuzioni costituzionali delle regioni e nel rispetto dell'articolo 4, comma 3, lettera h), del codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, individua un programma di interventi infrastrutturali nelle aree sottoutilizzate necessari per facilitare l'adeguamento delle reti di comunicazione elettronica pubbliche e private all'evoluzione tecnologica e alla fornitura dei servizi avanzati di informazione e di comunicazione del Paese. Nell'individuare le infrastrutture di cui al presente comma, il Governo procede secondo finalità di riequilibrio socio-economico tra le aree del territorio nazionale. Il Governo individua e sottopone al Comitato interministeriale per la programmazione economica (CIPE) per l'approvazione nel programma le risorse necessarie, che integrano i finanziamenti pubblici, comunitari e privati allo scopo disponibili. Al relativo finanziamento si provvede con una dotazione di 800 milioni di euro per il periodo 2007-2013 a valere sulle risorse del fondo per le aree sottoutilizzate, di cui all'articolo 61 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, e successive modificazioni. In ogni caso è fatta salva la ripartizione dell'85 per cento delle risorse alle regioni del Mezzogiorno.

2. La progettazione e la realizzazione delle infrastrutture di cui al comma 1 nelle aree sottoutilizzate possono avvenire mediante modalità di finanza di progetto ai sensi del codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163. Nell'ambito dei criteri di valutazione delle proposte o delle offerte deve essere indicata come prioritaria la condizione che i progetti, nelle soluzioni tecniche e di assetto imprenditoriale, contribuiscano allo sviluppo di un sistema di reti aperto alla concorrenza, nel rispetto dei principi e delle norme comunitarie.

3. A valere sul fondo di cui al comma 1 sono finanziati gli interventi che, nelle aree sottoutilizzate, incentivino la razionalizzazione dell'uso dello spettro radio al fine di favorire l'accesso radio a larghissima banda e la completa digitalizzazione delle reti di diffusione, a tal fine prevedendo il sostegno ad interventi di ristrutturazione dei sistemi di trasmissione e collegamento anche utilizzati dalle amministrazioni civili e militari dello Stato, favorendo altresì la liberazione delle bande di frequenza utili ai sistemi avanzati di comunicazione.

4. È attribuito al Ministero dello sviluppo economico il coordinamento dei progetti di cui

Nel corso dei lavori preparatori per la predisposizione del Piano, il Ministero ha quindi provveduto a svolgere un'analisi territoriale, individuando le cause della copertura non uniforme. Nelle aree a bassa densità di popolazione, l'alto costo di realizzazione della rete non rende economicamente conveniente l'investimento, poiché non assicura una remuneratività in tempi brevi.

Oltre alle aree che subiscono la carenza delle infrastrutture, si registrano anche territori dove, pur in presenza della rete, mancano le tecnologie in grado di potenziare la connessione.

A seguito della prospettazione degli interventi da realizzare, al Dipartimento per le Comunicazioni del Ministero è stato affidato il coordinamento del Piano di sviluppo. Sono stati quindi conclusi accordi di Programma con le Regioni<sup>62</sup> e per l'attuazione è stato conferito l'incarico alla società *in-house* [Infratel Italia](#).

---

*al comma 2 anche attraverso la previsione della stipulazione di accordi di programma con le regioni interessate. Il Ministero dello sviluppo economico, nell'esercizio della sua funzione di coordinamento, si avvale del parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che è rilasciato avuto riguardo al rispetto degli obiettivi di cui al medesimo comma 2 e degli articoli 4 e 13 del codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259. 5. All'articolo 2 del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, è aggiunto, in fine, il seguente comma:*

*«15-bis. Per gli interventi di installazione di reti e impianti di comunicazione elettronica in fibra ottica, la profondità minima dei lavori di scavo, anche in deroga a quanto stabilito dalla normativa vigente, può essere ridotta previo accordo con l'ente proprietario della strada».*

*6. All'articolo 231, comma 3, del codice della strada, di cui al decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285, il primo periodo è sostituito dal seguente: «In deroga a quanto previsto dal capo I del titolo II, si applicano le disposizioni di cui al capo V del titolo II del codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, e successive modificazioni».*

*7. Le disposizioni dell'articolo 2-bis, comma 13, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5, convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66, si applicano anche alle innovazioni condominiali relative ai lavori di ammodernamento necessari al passaggio dei cavi in fibra ottica*

<sup>62</sup> Riguardo agli accordi conclusi con le Regioni, il Ministero segnala, nella Relazione sull'attuazione del Piano per l'implementazione della banda larga 2011, che sono già state interessate le seguenti Regioni: Lazio, Umbria, Emilia Romagna, Marche, Lombardia,

Scopo dell'elaborazione di un piano nazionale e di una strategia unitaria e coordinata a livello centrale è quello di rendere coerenti gli interventi in tutti i territori regionali e di ottimizzare gli investimenti, evitando duplicazioni delle infrastrutture esistenti.

Il tentativo messo in atto dal Governo, mira a *“definire una sintesi tra ciò che il processo di digitalizzazione potrebbe offrire in termini di alternative al sistema Paese e ciò che grazie al nostro progetto, può essere realizzato e messo a disposizione della società civile.”*<sup>63</sup>

Obiettivo principale è abbattere il divario digitale entro il 2013 attraverso la realizzazione delle infrastrutture, mirando ad assicurare competitività alle imprese e a rafforzare la coesione sociale.

Nelle zone a bassissima densità abitativa potranno essere promosse tecnologie di diverso tipo, quali quelle satellitari, rendendo possibile il completamento delle reti di nuova generazione in un momento successivo. La realizzazione di queste infrastrutture consentirà successivamente il completamento, anche su questi territori, delle reti di nuova generazione.

### **2.3.1. La Regione Veneto.**

Il Ministero dello sviluppo economico, nell'ambito del Piano nazionale di implementazione della Banda larga, ha concluso diversi accordi con le Regioni per completare le infrastrutture esistenti. A loro volta gli enti regionali hanno avviato programmi di studio e di informazione nei confronti dei cittadini, sulle potenzialità offerte dai nuovi servizi.

---

Piemonte, Veneto, Toscana, Sardegna, Abruzzo, Basilicata e Calabria. Sono in corso negoziazioni con altre Regioni al fine di co-investire nello sviluppo di infrastrutture a banda larga da mettere a disposizione degli operatori.

<sup>63</sup> *Ibidem.*

La Regione Veneto, (cfr. comunicato stampa n. 1367 del 18/07/2011<sup>64</sup>) ha avviato un importante e strutturato Piano di Sviluppo della Banda Larga su tutto il territorio regionale, proprio in collaborazione con il Ministero per lo Sviluppo Economico. Il valore complessivo degli interventi sarà di circa 40 milioni di euro, finanziati in parte dal Ministero stesso, con fondi regionali ed europei. Sono previsti inoltre circa 280 interventi su tutto il territorio regionale, i primi cento cantieri sono stati avviati nel 2011 e si prevedeva l'apertura di altri 200 nel corso del 2012.

L'obiettivo di questo piano è duplice: da una parte coprire quelle aree del territorio veneto non ancora servite dal servizio a banda larga (le cosiddette aree in "*digital divide*"), portando entro il 2013 il servizio; dall'altra guardare al prossimo futuro dotando la Regione di un'infrastruttura di connessione in grado di rispondere ai fabbisogni futuri delle aziende e delle famiglie venete (dai 20 mega in su).

L'attivazione di questi interventi arriva al termine di un processo di studio e consultazione della popolazione regionale, che si è svolto, ed in parte è ancora in atto, attraverso convegni,<sup>65</sup> indagini conoscitive e studi.

---

<sup>64</sup> "Comunicato stampa n. 1367 del 18/07/2011. Banda larga. Zorzato: primo cantiere nel Veneto."

<http://www.regione.veneto.it/Notizie/Comunicati+Stampa/Luglio+2011/1367.htm> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

<sup>65</sup> Ad esempio: "*Cosa fareste con 300Mbps di banda larga?*" Venerdì 26 novembre 2010, ore 9.30 – 14.00; "*L'innovazione a sostegno della cooperazione territoriale*", 22/11/2010; "*Indagine conoscitiva sulla banda larga destinata a tutti i Comuni del Veneto*", 21/07/2010; "*Rapporto 2010 sulla diffusione della Banda Larga nel Veneto*".

### 3. Il concetto di cross-medialità e i nuovi media.

#### 3.1. La cross-medialità al servizio della cross medialità<sup>66</sup>.

*“Parlare oggi di cross-medialità in realtà vuol dire parlare del sistema cross mediale internazionale, perché ormai i media non si dividono più in nuovi e vecchi media o media digitali, sono ”i media attuali”, sono quasi tutti tendenti ad essere al cento per cento lungo filiere digitali di produzione. La loro complessità e multimedialità formano una sorta di sistema cross mediale internazionale, dove ovviamente si intrecciano tutte le abilità dei media e l’abilità del fare contenuti, per esempio quello che sta facendo questa telecamera in questo momento: produce contenuti audio e video sincronizzati, ma anche la capacità di distribuire contenuti, ovviamente oggi il grande interprete della distribuzione IpTv è divenuto il protocollo Internet, divenendo il protocollo di diffusione di tutti i mezzi. Poi c’è la produzione che era cartacea e oggi è digitale, il famoso e-book, poi c’è la produzione dall’alto, il braodcaster di editori, che producono ma dal basso il famoso user generated content del web 2.0, ma anche in generale dell’utenza che è in grado spesso di utilizzare mezzi audiovisivi come fossero professionisti. La possibilità poi di prendere tutti questi contenuti e di distribuirli su piattaforma diverse in qualunque momento, incrociando un reportage di Twitter dalla Piazza Tahrir del Cairo, che rimbalza su Al Jazeera che va a finire sul mio telefonino, ecco tutte quelle abilità, come sentite nell’esempio, rappresentano una connessione tra media che hanno età diverse: la tv ha 70*

---

<sup>66</sup> Nel presente paragrafo, tutti i link sono riportati all’interno del testo al fine di consentire una diretta consultazione ai lettori che utilizzeranno la versione informatica della ricerca. Ciò costituisce a sua volta un esempio della possibilità di interazione tra i diversi mezzi di comunicazione.

*anni, internet ne ha 40, Twitter ne ha 6, però il digitale e il protocollo IP tendono a metterle tutte insieme, a farle interagire una con l'altra. Questo forma in termini dei 5 continenti il sistema cross mediale internazionale, è evidente che non è perfetto, che non tutto l'analogico, per esempio la carta stampata è diventata digitale, non tutta la musica è diventata digitale, ma tutto va in quella digitale e appena è digitale va su reti miste, elettromagneti o con IP e alla fine compone un unico sistema dove ogni contenuto parte da punto e può arrivare a qualunque altro punto.<sup>67</sup>”*

Edoardo Fleischner, docente di scrittura cross-mediale e di comunicazione digitale.

Per dare questa definizione di cross-medialità sono stati utilizzati gli strumenti che la stessa cross-medialità mette oggi a disposizione degli utenti.

L'Enciclopedia Treccani, cogliendo le opportunità offerte dalla modernità, ha creato un proprio canale *internet* grazie al quale è possibile ricavare le sue famose definizioni, tramite brevi lezioni video di esperti dei vari settori.

Ad esempio, è possibile assistere ad una breve lezione sul rapporto tra scienza e media:

[http://www.treccani.it/webtv/videos/Int\\_Fernando\\_Ferroni\\_scienza\\_e\\_media.html](http://www.treccani.it/webtv/videos/Int_Fernando_Ferroni_scienza_e_media.html)

La possibilità di veicolare i contenuti mediante la rete ha consentito la diffusione del sapere, incontrando il favore di una fascia di pubblico sempre più ampia, vendendo in contro alla crescente domanda di servizi *on line* del pubblico.

Il ricorso all' utilizzo di *internet* per la diffusione e scambio della conoscenza e delle informazioni è, ormai, prassi consolidata. Anche le Istituzioni si sono

---

<sup>67</sup> Sbobinatura dell'intervento rilasciato sulla *web-tv* dell'Enciclopedia Treccani, il cui link è inserito nel testo per consentirne l'immediata visione.



adeguate. Così oggi è possibile, ad esempio, ascoltare dalla viva voce dei protagonisti il dibattito in tema di Agenda digitale e banda larga nell'Italia delle Regioni, tenutosi all'interno del Forum PA 2012:

<http://iniziative.forumpa.it/expo12/convegni/broadband-forum-agenda-digitale-e-banda-larga-nell-italia-delle-regioni>

Si segnala sempre in ambito di iniziative rivolte alle metodologie innovative per creare diffusione del sapere la nuova applicazione “iTunes U”, proposta da Apple per il software iOS 6. L'applicazione rende disponibili vere e proprie lezioni tematiche, tenute da docenti delle maggiori istituzioni accademiche a livello globale.

<https://www.apple.com/it/education/itunes-u/>

#### **a) La cross-medialità al servizio dell'informazione**

Tutti i maggiori *network* di informazione ormai si sono adeguati al ricorso all'integrazione dei propri articoli *on line*, supportati sempre più spesso da foto e video, in grado di catturare l'interesse e di toccare le corde emotive degli utenti. In questa sede si è scelto di presentare due video in grado di dimostrare con efficacia quanto fin'ora sostenuto.

<http://video.repubblica.it/sport/maratona-di-veneziam-zanardi-aiuta-compagno-di-gara/109217/107602>

<http://video.repubblica.it/dossier/presidenziali-usa-2012-obama-romney/vittoria-di-obama-festa-davanti-alla-casa-bianca/109973/108357>

#### **b) La cross-medialità al servizio delle Istituzioni**

Non è possibile non riportare brevemente anche le applicazioni relative alla comunicazione istituzionale. In primis il Parlamento, con la *web-tv* <http://webtv.camera.it/portal/portal/default/default>, rende conto non solo delle

attività dell'Assemblea, ma anche di iniziative a carattere culturale di pubblico interesse.

Il bicameralismo impone di rendere conto anche della *web-tv* del Senato: <http://webtv.senato.it/291121/wtvcopertina.htm>.

Sono moltissime le Regioni che si sono dotate di *web-tv* deputate alla trasmissione di notizie relative alle attività svolte dagli organi regionali. In particolare, il Consiglio della Regione Lazio trasmette la sua programmazione anche nella metropolitana di Roma, il che consente la diffusione di informazioni strettamente inerenti il territorio e la politica locale.

Ecco un esempio di notiziario:

<http://inconsigliotg.regione.lazio.it/>

### **3.2. La cross-medialità e le Regioni, lo sviluppo delle *web-tv*.**

Gli enti regionali hanno dimostrato di aver compreso le potenzialità offerte dalla rete per migliorare la qualità dei servizi offerti ai cittadini. In particolare, le Regioni usufruiscono delle nuove tecnologie per diffondere approfondimenti sulle attività istituzionali. Sui siti *web* regionali, ad esempio, sono disponibili i video delle sedute delle Commissioni consiliari. Molte di queste realtà utilizzano gli strumenti offerti da *internet*, anche per semplificare le attività della Pubblica Amministrazione, rendendo possibile inoltrare le richieste per i certificati anagrafici attraverso il *web* o le comunicazioni ufficiali tramite il servizio di posta certificata.

Le Regioni hanno cercato di utilizzare al meglio questa nuova opportunità di visibilità anche attraverso le *web-tv*. Alcune di queste hanno dato ottimi risultati in termini di visualizzazioni, e meritano un approfondimento.

### 3.2.1. La Regione Abruzzo.

La Regione Abruzzo ha scelto di utilizzare un canale *YouTube* per trasmettere la propria *web-tv*, intuendo le potenzialità del mezzo, che “*unisce le caratteristiche di impatto del mezzo televisivo (multimedialità) a quelle di interattività di Internet*”,<sup>68</sup> senza dimenticare il costo decisamente contenuto, considerazione di non poca importanza, soprattutto per un ente regionale.

I video, infatti, possono essere selezionati in base alle esigenze dello spettatore, senza la definizione di orari prestabiliti. La Regione ha deciso di investire in questo progetto, operativo da settembre 2003 e ha provveduto ad acquisire computer dotati di potenza di elaborazione superiore, macchine per la ripresa e il montaggio, attrezzature per l'allestimento di piccoli set televisivi, *software* specialistici per la gestione ed elaborazione delle immagini.

La macchina organizzativa ha avuto un impatto positivo anche sull'occupazione, producendo nuovi posti di lavoro: l'ufficio comunicazione ha assunto 3 giornalisti, 3 comunicatori pubblici (esperti di pubblicità, pubbliche relazioni, marketing, *new media*), 4 operatori di ripresa e montaggio, un grafico (con competenze 3D e multimediali) e uno specialista amministrativo per la gestione del gruppo.

Il palinsesto di programmazione prevede il telegiornale istituzionale giornaliero "TGWEB" di circa 3 minuti, incentrato sulle attività della Giunta regionale, le novità normative e gli eventi di primo piano. Inoltre, va in onda la rubrica di approfondimento "Focus", con informazioni mirate sui servizi offerti dalla Regione, i finanziamenti, gli eventi, le manifestazioni ufficiali.

---

<sup>68</sup> [http://www.urp.gov.it/allegati/Comunicazione%20esterna\\_Regione%20Abruzzo.pdf](http://www.urp.gov.it/allegati/Comunicazione%20esterna_Regione%20Abruzzo.pdf)  
(Ultimo accesso 29 novembre 2012).

Il gruppo di lavoro realizza anche documentari e spot istituzionali per la Regione, destinati anche al normale circuito televisivo.

E' possibile visualizzare i contenuti offerti dal canale della Regione Abruzzo al seguente indirizzo:

<http://www.youtube.com/user/WebtvRegioneAbruzzo>

### **3.2.2. La Regione Emilia Romagna.**

La Regione Emilia Romagna ha manifestato grande sensibilità rispetto al fenomeno della cross-medialità e nel 2012 ha pubblicato un quaderno studi, a cura del Corecom Emilia Romagna e di Fuori tv, che analizza il fenomeno: *“Le web Tv in Emilia Romagna”*<sup>69</sup>.

Negli ultimi anni nella Regione è progressivamente aumentato il numero di *web-tv* attive sul territorio, come dimostrano i seguenti dati: nel 2009 le *tv on line* presenti in Regione erano 286, nel 2010 sono quasi raddoppiate, diventando 436. Le Istituzioni regionali si sono dunque interrogate sulle ragioni della diffusione del fenomeno, commissionando la realizzazione di uno studio specifico.

La ricerca ha evidenziato come le ragioni di questo “successo” siano da ascrivere, *in primis*, ad una mancanza dei vecchi media. Nella programmazione tradizionale, infatti, si registra un *deficit* di rappresentazione delle realtà locali. Questa considerazione ha avviato un processo di auto-narrazione da parte delle comunità stesse. Non è un caso che il palinsesto di questi media *on line* riguardi in via quasi esclusiva gli eventi del territorio cui fanno riferimento.

---

<sup>69</sup>[http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv\\_DEFINITIVO2012%2%20stampa\\_per%20web\\_con%20copertina.pdf](http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv_DEFINITIVO2012%2%20stampa_per%20web_con%20copertina.pdf)  
(ultimo accesso 29 novembre 2012)

La ricerca che ha portato alla pubblicazione del Quaderno di studi: “*Le web Tv in Emilia Romagna*”<sup>70</sup> si è svolta attraverso i seguenti passaggi:

- ricerca sulla rete *internet* per individuare le *web-tv* e coinvolgerle nel progetto;
- elaborazione e somministrazione di un questionario, necessario per raccogliere i dati;
- premiazione di una delle tv estratta a sorte tra quelle che hanno aderito al Progetto;
- realizzazione di un “*vademecum per le web- tv*” attraverso il confronto con gli operatori del settore.

Il risultato di maggiore interesse, ai fini del presente lavoro, è la realizzazione delle “linee guida” per gli operatori del settore che qui si riportano.

#### **“*Proposta di Vademecum per le Web Tv*”.**

Le *web-tv* si impegnano ad operare sempre nel rispetto della normativa vigente.

In particolare, si impegnano a:

- promuovere e garantire, attraverso la propria programmazione, la tutela dei diritti di consumatori ed utenti;
- promuovere e garantire la libertà di opinione e di espressione, proponendosi come strumento di partecipazione per tutte le differenti categorie di soggetti interessati;
- non diffondere contenuti pornografici;

---

<sup>70</sup>[http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv\\_DEFINITIVO2012%2%20stampa\\_per%20web\\_con%20copertina.pdf](http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv_DEFINITIVO2012%2%20stampa_per%20web_con%20copertina.pdf)  
(ultimo accesso 29 novembre 2012)

- non divulgare messaggi che incitino all'uso della violenza, all'odio, al razzismo o ad atteggiamenti di intolleranza lesivi dell'integrità fisica o della dignità delle persone;
- segnalare in modo adeguato la presenza, all'interno dei video trasmessi, di contenuti non adatti ai minori;
- segnalare correttamente, all'interno dei propri programmi, i contenuti pubblicitari e le sponsorizzazioni, che devono essere distinti dalla normale programmazione e evidenziati tramite l'utilizzo di mezzi ottici o acustici;
- evitare la trasmissione di immagini che possano incoraggiare stili di vita errati, prediligendo la diffusione di contenuti che promuovano la cultura della salute intesa come benessere fisico, psichico e sociale;
- evitare nella sua programmazione il ricorso ad ogni forma di diffamazione o calunnia, assicurando una corretta informazione e tutelando la dignità, l'onore e la reputazione degli individui;
- garantire la massima trasparenza nei confronti delle persone la cui immagine compaia all'interno di contenuti, comunicando alle stesse le modalità di diffusione del video, nel rispetto della riservatezza e dell'identità personale;
- citare sempre la fonte o l'origine dei contenuti diffusi all'interno della propria programmazione;
- in generale, osservare le disposizioni vigenti in tema di diritto d'autore.

### **3.3. Le più note applicazioni commerciali della IpTv.**

Le principali emittenti hanno sviluppato negli anni piani innovativi per agevolare la fruizione in Rete dei contenuti e dell'offerta televisiva per favorire la diffusione delle nuove tecnologie. Le applicazioni più

commercializzate ed utilizzate sono quelle che consentono di guardare programmi e contenuti audiovisivi su supporti differenti dalla televisione.

La Rai ha potenziato la propria offerta grazie a “Rai.tv”, garantendo una migliore e più semplice fruizione dei contenuti televisivi prodotti.

Gli utenti possono:

- vedere le dirette TV di Rai1, Rai2, Rai3, Rai5, Rai News, Rai Sport 1 e Rai Sport 2;
- utilizzare “*Rai Replay*”, il servizio di video *on demand* che consente di rivedere i programmi di Rai1, Rai2, Rai3 e Rai5 andati in onda durante gli ultimi 7 giorni ed accedere ai video del giorno e agli snack video da “Trenta Secondi” sui temi più caldi della rete;
- accedere alle video-notizie delle testate giornalistiche Rai.

E’ prevista anche la possibilità di salvare un determinato programma tra i preferiti dell’utente e ricevere una notifica sulla successiva messa in onda. Attraverso la funzione “*Real replay*” è possibile effettuare una ricerca e visualizzare nuovamente programmi e contenuti già trasmessi. La funzione “*On demand*” consente di accedere alla programmazione senza vincoli di orario.

Anche Mediaset propone il servizio di televisione *on demand* connessa alla rete Internet “*Premiun play*”. La visione è possibile oltre che su tv e *decoder* anche su console XBox 360, pc e tablet.

L’offerta comprende:

- il Cinema Première;
- 200 titoli di film sempre aggiornati;

- serie tv;
- i documentari dei canali Premium;
- il Calcio Live col meglio della Serie A, la Champions League, l'Europa League e il Mondiale per Club;
- i cartoni animati;
- una selezione dei migliori programmi delle reti generaliste Mediaset.

Sky propone l'applicazione "Sky Go" per pc, tablet e iPhone che permette di vedere direttamente, sia in modalità WiFi che 3G, il meglio della programmazione offerta dai canali satellitari Sky.

Nello specifico:

- la serie A e tutto il meglio del calcio mondiale in diretta sui canali Sky Calcio da 1 a 10 e su Sky SuperCalcio. La UEFA Champions League e la UEFA Europa League, Tennis, Rugby, Golf, Ciclismo, su Sky Sport 1, Sky Sport 2, Sky Sport 3, Sky Sport Extra, Sky Sport 24 ed Eurosport;
- le news 24 ore su 24 e gli approfondimenti di Sky Tg24 e Sky Tg24 Eventi;
- le serie TV di FOX;
- l'intrattenimento di Sky Uno;
- i programmi di Disney Channel e Disney Junior;
- i documentari di History Channel e National Geographic Channel;
- i programmi del canale Sky Arte.



Le applicazioni più innovative hanno contribuito allo straordinario successo della sesta edizione del programma “X Factor”<sup>71</sup>.

Sull'apposito *sito web*, attraverso Sky Go e le applicazioni disponibili su App store e Android Market è stato possibile per gli spettatori seguire e partecipare in modo interattivo.

Sono state predisposte diverse sezioni, con i profili dei concorrenti e dei presentatori, con una selezione di filmati e, in particolare, era permesso votare i concorrenti in gara, dialogare con essi, ma anche con la produzione e con i giudici di gara. Attraverso il sistema Skype, alcuni telespettatori venivano selezionati per partecipare alla messa in onda di prima serata.

---

<sup>71</sup> <http://xfactor.sky.it/>  
(ultimo accesso 30 novembre 2012)

### 3.4. Un caso di studio: Telecom Italia e il Canale Alice.

L'azienda Telecom Italia è stata una delle prime a sviluppare e gestire la complessa catena di rilascio del servizio *Internet Protocol Television* (IpTv), prendendo come riferimento principale per la definizione del servizio le esigenze del cliente.

Alla fine del 2005 Telecom ha proposto sul mercato Alice Tv e nel primo anno di vita del nuovo servizio l'azienda ha ottenuto 31.000 nuovi clienti. Dovendo confrontarsi in un mercato molto competitivo, che si caratterizza per il rapido evolversi delle tecnologie, Telecom ha scelto di percorrere la strada della convergenza tra le telecomunicazioni, l'informatica e i media.

Nel 2005 ha così lanciato la cosiddetta offerta *triple - play*, offrendo servizi di telefonia, internet e tv. Grazie all'altissima gamma di conoscenze del settore, accumulata negli anni di attività, l'impresa è stata in grado di gestire l'intera catena dei servizi.

L'operazione si è sviluppata in tre fasi:

1. il *Content Management*, ossia il momento di definizione del prodotto editoriale e dei contenuti. La caratteristica vincente è stata la possibilità di offrire i contenuti su più piattaforme: Iptv, *Web*, digitale, mobile. Ciò ha reso possibile arricchire l'offerta di contenuti integrativi, come locandine, critiche, *trailer*;
2. il *Delivery* del servizio, dunque, la fase di erogazione e distribuzione del servizio al cliente. Il fattore di forza dell'operazione ha consistito nella possibilità di controllare tutta l'infrastruttura. In questo modo, è stato possibile sia dividere gli investimenti tra una molteplicità di servizi, sia assicurare al cliente la qualità audio/video;

3. la *Home Networking*, vale a dire lo sviluppo dei *device* della rete domestica, in questa fase proprio le competenze e la capacità innovativa che caratterizzano l'azienda hanno reso possibile realizzare soluzioni all'avanguardia.

La complessa operazione è stata quindi realizzata per *step* successivi, nel corso di alcuni anni.

Va dato atto all'Azienda di aver compreso immediatamente le grandi possibilità offerte da un'alleanza strategica tra le diverse tecnologie. Quest'intuizione, unita alla rete capillare già a disposizione, è stata fondamentale per la realizzazione del progetto.

La prima tappa è giunta a compimento nel 2001 con l'offerta della prima connessione a banda larga, denominata *Broad Band Box*. Nel 2003 è poi nato il *brand* Alice.

Tuttavia, l'offerta presentava quattro limiti strutturali:

1. la mancanza di conoscenza del grande pubblico sulle opportunità offerte dal nuovo servizio di banda larga;
2. il prezzo elevato;
3. l'insufficiente copertura geografica della rete;
4. l'assenza di contenuti e servizi distintivi.

Nel corso del biennio 2003-2005 l'impegno principale è stato quello di ridurre al minimo le difficoltà evidenziate, attraverso altrettante azioni mirate:

1. l'elaborazione di una campagna pubblicitaria che diffondesse il *brand* Alice e le informazioni relative alle potenzialità della rete di

- banda larga, attraverso meccanismi di comunicazione semplici ed efficaci, comprensibili per il grande pubblico;
2. lo studio di pacchetti diversificati per fasce di prezzo, relativi alle diverse esigenze dei consumatori;
  3. un investimento sull'implementazione della rete ADSL che, insieme alla possibilità di accesso ad internet via satellite, ha reso possibile raggiungere la quasi totalità della popolazione;
  4. la creazione di un portale internet, chiamato "Rosso Alice", che consentisse all'Azienda di entrare anche nel settore dei contenuti.

Nel 2007, l'offerta di Alice è stata strutturata con un'offerta che prevedeva due pacchetti, *Alice Home Tv* e *Alice Tutto Incluso 60*.

Entrambi comprendevano i seguenti contenuti:

- 14 canali tradizionali e 9 canali del pacchetto cinema di Sky;
- il catalogo *on demand* con 2500 all'anno tra film, fiction e cartoni animati, con un aggiornamento mensile di circa 200 titoli;
- le dirette e le repliche di tutte le partite dei campionati nazionali di calcio della serie A e parte delle partite del campionato di serie B, oltre che le dirette e le repliche delle principali partite del campionato di basket serie A Tim, le regate dall'America's Cup e altri eventi sportivi;
- 5 canali di musica;
- 13.000 rubriche di informazioni *on demand* da Punto Tg di La 7, dirette di La 7, *Class*, *Cnbc*, e *Class news*.

A questi contenuti si aggiungono gli altri servizi che compongono l'offerta del *triple – play* e che sfruttano banda larga, internet, Voip, e messaggeria avanzata.

I contenuti indicati sono in diretta e *on demand*, in parte disponibili sottoscrivendo l'abbonamento base, in parte acquistabili su richiesta. (si tratta della cosiddetta modalità *pay per view*).

## Conclusioni.

L'analisi compiuta permette di svolgere alcune brevi considerazioni.

La società contemporanea si è lasciata alle spalle la convinzione che *internet* per sua stessa natura vada inteso come uno “spazio” non soggetto ad alcuna restrizione. In una prima fase si è richiesto a gran voce che i privati mantenessero le mani libere nell'uso della rete, ora prendendo atto della capillare diffusione del fenomeno, molteplici attori invocano una maggiore regolamentazione.

E' necessario trasformare l'attuale visione di libertà, intesa come semplice assenza di regole, tenendo conto dei diritti costituzionali e dei valori democratici. Il che significa, ad esempio, vigilare sui contenuti proposti e garantire l'accesso alla banda larga, ai singoli utenti così come alle imprese.

La disparità persiste tra le aree dotate di infrastrutture di propagazione del sistema e quelle che ne restano sguarnite. Uno dei compiti che l'Unione europea si prefigge è proprio colmare questo *gap*, al fine di creare delle condizioni di uguaglianza nell'utilizzo di servizi che acquistano oggi un peso determinante per l'impatto esercitato sulla qualità di vita degli utenti e, dunque, dei cittadini.

Per quel che riguarda il nostro Paese, si registrano ancora ritardi nella copertura dell'intero territorio nazionale. Nel 2011 il 7,1% della popolazione italiana - vale a dire 4,3 milioni di persone - ancora non disponeva di accesso alla banda larga<sup>72</sup>. A tal proposito, il Prof. Rodotà durante *l'Internet Governance Forum*, svoltosi a Roma nel 2010, ha prospettato la possibilità di integrare l'articolo 21 della Costituzione come segue: “*Tutti hanno eguale*

---

<sup>72</sup>Digital Advisory Group, “*gli ostacoli da affrontare*”.

<http://www.digitaladvisorygroup.it/it/broadband-access.html> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

*diritto di accedere alla rete internet, in condizione di parità, con modalità tecnologicamente adeguate e che rimuovano ogni ostacolo di ordine economico e sociale”<sup>73</sup>.*

L’Unione svolge un ruolo determinante, dettando specifiche linee di regolamentazione, come dimostrano le norme adottate per la protezione dei minori, sin dal 1989 con la direttiva 552. Al contempo, grazie ad una visione costantemente proiettata verso il futuro, anticipa le possibilità offerte dai servizi di nuova generazione e dalla Rete in generale.

In tal senso è possibile leggere i Progetti europei MEDIA ed Europa creativa, che offrono innovative occasioni di sviluppo per il settore, come ad esempio la distribuzione cinematografica su *internet*.

Sembra possibile concludere evidenziando la necessità di un costante monitoraggio sia delle proposte e azioni future dell’Unione europea, che delle iniziative che si riusciranno ad imporre dal basso, come dimostrato dal fenomeno delle *web-tv*, caso più eclatante di affermazione della cross-medialità nella società contemporanea.

---

<sup>73</sup> Rainews 24, “Art. 21: la Rete diritto fondamentale. Stefano Rodotà propone modifica costituzionale.”  
<http://www.rainews24.rai.it/it/news.php?newsid=158378> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

## Bibliografia

### Monografie

Fabio Bassan, (a cura di), *Diritto delle comunicazioni elettroniche. Telecomunicazioni e televisione dopo la terza riforma comunitaria del 2009*. Giuffr , 2010.

Alessia Camilleri, *Profili del sistema radiotelevisivo. Nella fase di transizione sul digitale terrestre*, Edizioni Scientifiche Italiane, 2010.

Paolo Caretti, *Diritto dell'informazione e della comunicazione. Stampa, radiotelevisione, telecomunicazioni, teatro e cinema*, Il Mulino, 2009.

Manuel Castells, Mireia Fernandez-Ard vol, Jack Lichuan Qiu, Araba Sey, *Mobile communication e trasformazione sociale*, Edizioni Guerini e Associati, 2012.

Alessandro Corsi, *TV via Internet in Italia. Regolamentazione e normativa*. CEDAM, 2008.

Edoardo Fleischner, *La Tv diventa digitale. Scenari per una difficile transizione*, Franco Angeli, 2002.

Rob Friden, *To have or not to have Must-carry Rules*, Iris, pubblicato dall'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo, 2005.



Emilio Giannelli, *La banda larga*, Marsilio, 2010.

Roberta Gisotti, *La favola dell’Auditel*, Editori Riuniti, 2002.

Georgios Gounalakis, *The service Area principle in the Framework of Cable television*, Nomos Verlagsgesellschaft, 1995.

Alberto Guarnieri e Angiolino Lonardi, *La nuova televisione. Il passaggio al digitale terrestre*, Odoja, 2010.

Carlo Maria Guerci, *Un mondo in banda larga. Lo sviluppo delle telecomunicazioni in Europa*. Egea, 2006.

Alberto Marinelli, *Connessioni. Nuovi Media, nuove relazioni sociali*, Edizioni Guerini e Associati, 2012.

Alberto Marinelli, Giandomenico Celata, *Connecting television. La televisione al tempo di internet*, Edizioni Guerini e Associati, 2012.

Roberto Mastroianni, *Il sistema radiotelevisivo e la legalità europea*. Editoriale scientifica, 2006.

Tjuna Notarbartolo, *L'idiota digitale. La televisione digitale terrestre da Marshall McLuan alla convergenza multimediale*, Liguori Editore, 2006.

Antonio Pilati e Giuseppe Richeri, *La fabbrica delle idee. Il mercato dei media in Italia*. Baskerville, 2000.

Pamela M. Pinna, *Televisione digitale terrestre. Storia, tecnologie e sviluppi della nuova televisione*, Gremese Editore, 2008.

Augusto Preta, *Economia dei contenuti*, Ed. V&P, 2007.

Mike Proulx, Stacey Shepatin, *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile*, John Wiley & Sons, 2012.

Domenico Serafini, *La televisione via internet. Una nuova frontiera. Il web casting per il broadcasting*, Gruppo pubblicità Italia, 1999.

Augusto Sinagra, *La disciplina comunitaria del settore televisivo con riguardo all'ordinamento italiano*. Giuffr , 2001.

Davide Turi e Roberto Borron, *La tv digitale terrestre. Manuale per il professionista della televisione*, Franco Angeli, 2010.

Roberto Zaccaria, *Diritto dell'informazione e della Comunicazione*, CEDAM, 2007.

## **Normative.**

D.lgs 177/2005: *“Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”*.

<http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/05177dl.htm>

(ultimo accesso 13 dicembre 2012)

Decreto Legislativo 15 marzo 2010, n. 44

*“Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive”*

<http://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/10044dl.htm>

(ultimo accesso 13 dicembre 2012)

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, *“Consultazione pubblica sullo schema di regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell’art. 21, comma 1-bis, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”*,

<http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=4409>

(ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, *“Delibera n. 622/11/CONS - Regolamento in materia di diritti di installazione di reti di comunicazione elettronica per collegamenti dorsali e coesistenza e condivisione di infrastrutture”*.

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, *Delibera n. 258/10/CONS “Consultazione pubblica sullo schema di regolamento concernente la*

*prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell'art. 21, comma 1-bis, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*", <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=4409> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, "D.P.R. 318/97, *Regolamento per l'attuazione di direttive comunitarie nel settore delle telecomunicazioni*", [http://www2.agcom.it/L\\_naz/dpr318\\_97.htm](http://www2.agcom.it/L_naz/dpr318_97.htm) (ultimo accesso, 26 novembre 2012).

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, "*Regolamento concernente la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica ai sensi dell'art. 21, comma 1-bis, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*", <http://www.agcom.it/default.aspx?DocID=5416> (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Decisione n. 676/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa ad un quadro normativo per la politica in materia di spettro radio nella Comunità europea (Decisione spettro radio), <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002D0676:EN:NOT> (ultimo accesso, 28.11.2012).

Decisione 1718/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio del 15 novembre 2006 relativa all'attuazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo (MEDIA 2007),

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:327:0012:0029:IT:PDF> (ultimo accesso, 24 novembre 2012).

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,

[http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item\\_id=2343](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=2343) (ultimo accesso, 24 novembre 2012).

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.

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/124101a\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/124101a_it.htm) (ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Programma Europa creativa,

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=%2F%2FEP%2F%2FNONSGL%2BCOMPARL%2BPE-494.523%2B01%2BDOC%2BPDF%2BV0%2F%2FEN>

(ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Programma Media dell'Unione europea,

[http://ec.europa.eu/culture/media/about/media-funding-schemes\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/about/media-funding-schemes_en.htm)

(ultimo accesso 13 dicembre 2012).

## Sitografia

ANSA, “*Ue: Parlamento apre frequenze radio per banda larga mobile*”, accessibile

su: [http://www.ansa.it/europa/notizie/rubriche/internetsocieta/2012/02/15/visualizza\\_new.html\\_99492759.html](http://www.ansa.it/europa/notizie/rubriche/internetsocieta/2012/02/15/visualizza_new.html_99492759.html)

(ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Scheda di sintesi sull’attività legislativa UE in tema di audiovisivo: “*Attività televisive: direttiva "Televisione senza frontiere" (TSF)*”,

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/124101\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/124101_it.htm)

(ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Bruno Liesse, Agnès Maqua, “*Rapport final. Etude sur le développement des nouvelles techniques publicitaire*”,

[http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/finalised/bird\\_bird/pub\\_rapportfinal\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/finalised/bird_bird/pub_rapportfinal_fr.pdf)

(ultimo accesso, 21 novembre 2012).

Comunicato stampa della Commissione europea, 3 settembre 2012, “*Agenda digitale: la Commissione si attiva per promuovere l’innovazione wireless tramite la condivisione dello spettro radio*”

[europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-929\\_it.doc](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-929_it.doc)

(ultimo accesso, 25 novembre 2012).

Comunicato stampa della Commissione europea, 15 febbraio 2012, “*Digital Agenda: Commission welcomes step forward for wireless broadband with adoption of Radio Spectrum Policy Programme*”,

[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-141\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-141_en.htm)

(ultimo accesso, 28.11.2012)

Comunicazione della Commissione, del 18 febbraio 2004, sulla revisione intermedia del piano d'azione *eEurope 2005*,

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/strategies/124226\\_it.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226_it.htm)

(ultimo accesso, 27 novembre 2012).

Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - “i2010 – Una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione {SEC(2005) 717}

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52005DC0229:IT:NOT> (ultimo accesso, 26 novembre 2012).

*“Comunicato stampa n. 1367 del 18/07/2011. Banda larga. Zorzato: primo cantiere nel Veneto.”*

<http://www.regione.veneto.it/Notizie/Comunicati+Stampa/Luglio+2011/1367.htm> (ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

Digital Advisory Group, *“gli ostacoli da affrontare”*.

<http://www.digitaladvisorygroup.it/it/broadband-access.html>

(ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

*“Documento di sintesi delle valutazioni di impatto che accompagna il Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un programma quadro denominato Europa creativa”*.

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SEC:2011:1400:FIN:IT:PDF> (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Daniele Gambarara e Domenico Lamedica “*Lemma Tecnologia*”,  
<http://www.educational.rai.it/lemma/testi/macchina/tecnologia.html>  
(ultimo accesso 29 novembre 2012).

Dario Martucci, “*Spettro radio: dall’Ue l’Ok all’uso delle frequenze TV analogiche per la banda larga mobile*”,  
[http://www.bitmat.it/articolo/0000091365/48/20/Spettro\\_radio\\_dall\\_Ue\\_l\\_Ok\\_all\\_uso\\_delle\\_frequenze\\_TV\\_analogiche\\_per\\_la\\_banda\\_larga\\_mobile.html#.ULHPn4f8Kzk](http://www.bitmat.it/articolo/0000091365/48/20/Spettro_radio_dall_Ue_l_Ok_all_uso_delle_frequenze_TV_analogiche_per_la_banda_larga_mobile.html#.ULHPn4f8Kzk) (ultimo accesso 25 novembre 2012).

Emilio Germani, “*Le web Tv della Regione Abruzzo*”.  
[http://www.urp.gov.it/allegati/Comunicazione%20esterna\\_Regione%20Abruzzo.pdf](http://www.urp.gov.it/allegati/Comunicazione%20esterna_Regione%20Abruzzo.pdf) (Ultimo accesso 29 novembre 2012).

“*Frequenze TV: governo recepisce direttiva UE sulla neutralità*”, *TV Digital Divide*, 26 maggio 2012”.  
<http://www.tvdigitaldivide.it/2012/05/26/frequenze-tv-governo-recepisce-direttiva-ue-su-neutralita/> (ultimo aggiornamento, 26 novembre 2012).

Programma “X-Factor” SKY TV,  
<http://xfactor.sky.it/> (ultimo accesso 30 novembre 2012).

Proposta della Commissione europea per il quadro finanziario pluriennale 2014-2020,



[http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2011/mff2011/MFF\\_2011\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2011/mff2011/MFF_2011_it.pdf) (ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Proposta di Risoluzione del Parlamento europeo sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea.

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2012-0262+0+DOC+XML+V0//IT#title1>

(ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Quaderni del Corecom Emilia Romagna, *“Le web-tv in Emilia Romagna”*

[http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv\\_DEFINITIVO2012%20stampa\\_per%20web\\_con%20copertina.pdf](http://www.regione.emiliaromagna.it/urp/allegati/reportWebTv_DEFINITIVO2012%20stampa_per%20web_con%20copertina.pdf)

(ultimo accesso 29 novembre 2012).

Rainews 24, “Art. 21: la Rete diritto fondamentale. Stefano Rodotà propone modifica costituzionale.”

<http://www.rainews24.rai.it/it/news.php?newsid=158378>

(ultimo accesso, 14 dicembre 2012).

Relazione sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea 2011/2313, 25 luglio 2012.

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2012-0262+0+DOC+XML+V0//IT#title1>

(ultimo acceso, 24 novembre 2012).

Senato della Repubblica, Resoconto stenografico n. 14,7° Commissione permanente (Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport), Indagine conoscitiva sul Cinema e lo Spettacolo dal vivo

<http://www.senato.it/documenti/repository/commissioni/stenografici/15/com07/07a-20070320-IC-0334.pdf>

(Ultimo accesso 13 dicembre 2012).

Sito italiano del Programma MEDIA dell'Unione europea, Sezione studi e documenti,

<http://www.media-italia.eu/sostegni-finanziari/nuove-tecnologie.html>

(ultimo accesso 25 novembre 2012).

Società dell'informazione, “*Frequenze radio: banda larga per il web mobile entro il 2013*”,

<http://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/content/20120210STO37772/html/Frequenze-radio-banda-larga-per-il-web-mobile-entro-il-2013>

(ultimo accesso 25 novembre 2011).