

**DELIBERA N. 424/22/CONS**

**REGOLAMENTO IN MATERIA DI OBBLIGHI DI PROGRAMMAZIONE E  
INVESTIMENTO A FAVORE DI OPERE EUROPEE E DI OPERE  
DI PRODUTTORI INDIPENDENTI**

**L'AUTORITÀ**

NELLA riunione di Consiglio del 14 dicembre 2022;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivi*”;

VISTA la direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi, in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato (di seguito, Direttiva);

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il Testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*” (di seguito, anche Testo unico);

VISTO, in particolare, il Titolo VII del Testo unico, rubricato “*Promozione delle opere italiane ed europee da parte dei fornitori*” (articoli 52 – 58);

VISTO, in particolare, l’articolo 37, comma 11, del Testo unico;

VISTA la legge 14 novembre 2016, n. 220, recante “*Disciplina del cinema e dell’audiovisivo*”;

VISTI, in particolare, l’articolo 13, comma 2, della Direttiva, a norma del quale “*Nel caso in cui gli Stati membri chiedano ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di contribuire finanziariamente alla produzione di opere europee, anche attraverso investimenti diretti nei contenuti e contributi ai fondi nazionali, possono anche chiedere ai fornitori di servizi di media che si rivolgono al pubblico nei loro territori pur essendo stabiliti in altri Stati membri di contribuire finanziariamente con contributi proporzionati e non discriminatori*” e l’articolo 13, comma 6 della Direttiva,

il quale prevede che “*L’obbligo imposto ai sensi del paragrafo 1 e la prescrizione relativa ai fornitori di servizi di media che si rivolgono al pubblico in altri Stati membri di cui al paragrafo 2 non si applicano ai fornitori di servizi di media aventi un fatturato o un pubblico di modesta entità. Gli Stati membri possono altresì disapplicare tali obblighi o prescrizioni nei casi in cui questi sarebbero impraticabili o ingiustificati a causa della natura o dell’oggetto dei servizi di media audiovisivi*”;

VISTA la Comunicazione della Commissione (2020/C 223/03) recante “*Orientamenti a norma dell’articolo 13, paragrafo 7, della direttiva sui servizi di media audiovisivi, relativi al calcolo della percentuale di opere europee nei cataloghi dei video a richiesta e alla definizione di pubblico di modesta entità e fatturato di modesta entità*” (di seguito, Linee guida);

VISTA la delibera n. 595/18/CONS, del 12 dicembre 2018, recante “*Regolamento in materia di obblighi di programmazione ed investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti*”, come modificata dalla delibera n. 24/19/CONS del 22 gennaio 2019;

VISTO il Decreto del Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo e il Ministro dello sviluppo economico 29 gennaio 2021, n. 47, recante “*Regolamento in materia di definizione delle opere audiovisive, ovunque prodotte, di espressione originale italiana di cui all’articolo 44-sexies del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante «Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici»*” (di seguito, Decreto);

VISTA la delibera n. 220/08/CONS, del 7 maggio 2008, recante “*Procedure per lo svolgimento delle funzioni ispettive e di vigilanza dell’Autorità*”, come da ultimo modificata dalla delibera n. 173/22/CONS del 30 maggio 2022;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS del 29 luglio 2014, recante “*Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*”, come modificata da ultimo dalla delibera n. 697/22/CONS;

VISTA la consultazione pubblica indetta con delibera n. 267/22/CONS, del 19 luglio 2022, recante “*Consultazione pubblica sullo Schema di regolamento in materia di obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti*”;

CONSIDERATO che l’Autorità, a seguito della novella legislativa introdotta dal Testo unico, ha ritenuto, in un’ottica di razionalizzazione dell’intero corpus normativo in materia di c.d. quote europee, di fondere nel testo di un unico Regolamento, da sottoporre a consultazione pubblica, sia le norme prescrittive del Testo unico che non necessitano di ulteriore disciplina di dettaglio, sia quelle propriamente espressione dell’esercizio discrezionale del potere regolamentare, nonché le previsioni regolamentari già

preesistenti e che non necessitano di modifica ai sensi del nuovo quadro normativo. Questo al fine di raccogliere in un unico testo, di più organica lettura, la complessiva disciplina di settore, altrimenti più frammentaria;

VISTI i contributi pervenuti nell'ambito della consultazione pubblica da parte dei seguenti soggetti: Amazon Digital UK Limited (prot. n. 0277219 del 27 settembre 2022); ANICA (prot. n. 0275673 del 26 settembre 2022); APA – Associazione produttori audiovisivi (prot. n. 276172 del 27 settembre 2022); Apple Distribution International Limited (prot. n. 0275829 del 26 settembre 2022); Confindustria Radiotelevisioni (prot. n. 0275908 del 26 settembre 2022); Discovery Italia S.r.l. (prot. n. 0276194 del 27 settembre 2022); Motion Picture Association – MPA (prot. n. 0276336 del 27 settembre 2022); Netflix International B.V. (prot. n. 0276203 del 27 settembre 2022); RTI S.p.A. (prot. n. 0275778 del 26 settembre 2022); Sky Italia S.r.l. (prot. n. 0276192 del 27 settembre 2022); TIM S.p.A. (prot. n. 0273242 del 22 settembre 2022); Viacom International Media Networks Italia S.r.l. (prot. n. 0276199 del 27 settembre 2022); The Walt Disney Company Italia S.r.l. (prot. n. 0275663 del 26 settembre 2022);

AVUTO RIGUARDO alle osservazioni formulate nel corso delle audizioni svolte con i soggetti interessati che ne hanno fatto richiesta: Discovery Italia S.r.l. (11 ottobre 2022); Apple Distribution International Limited (13 ottobre 2022); Confindustria Radio Televisioni (18 ottobre 2022); The Walt Disney Company Italia S.r.l. (19 ottobre 2022); Netflix International B.V. (19 ottobre 2022); Reti Televisive Italiane S.p.A. (20 ottobre 2022); Viacom International Media Networks Italia S.r.l. (20 ottobre 2022); Sky Italia S.r.l. (21 ottobre 2022); Associazione Produttori Audiovisivi (24 ottobre 2022); ANICA (25 ottobre 2022);

In particolare, i soggetti che hanno partecipato alla consultazione hanno presentato anche proposte di modifica ed integrazione allo Schema di regolamento. Di seguito sono rappresentate le principali posizioni emerse, corredate dalle conseguenti valutazioni e motivazioni dell'Autorità.

## **Art. 1**

### **Definizioni**

#### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

**Amazon**, nell'esprimere generale preoccupazione sul quadro normativo dell'industria audiovisiva italiana, auspica che il nuovo Regolamento possa aiutare a stimolare gli investimenti, mantenendosi altresì aderente al Testo unico per evitare contraddizioni ed incertezze giuridiche. A tal fine, per la Società risulta fondamentale che le definizioni e i tempi di entrata in vigore degli obblighi previsti nello Schema di Regolamento siano allineati e coerenti con le disposizioni del TUSMA.

Con riferimento alle definizioni di cui all'articolo 1, comma 1, lett. g), del testo sottoposto a consultazione, **Amazon** sottolinea che l'articolo 57 del Testo unico prevede che siano il Ministero dello sviluppo economico (ora Ministero delle imprese e del *made in Italy*) e il Ministero della Cultura a stabilire "sulla base di principi di proporzionalità, adeguatezza, trasparenza ed efficacia:

*a) la definizione delle opere audiovisive, ovunque prodotte, di espressione originale italiana"*

*b) le sotto quote riservate alle opere di cui alla lettera a) ai sensi degli articoli 53, commi 2 e 3, 54, commi 2, 3, 5 e 7, e 55, comma 8, comunque nella misura non inferiore alle percentuali ivi previste".*

Poiché il MIMIT e il MIC sono le autorità incaricate di definire quali opere cinematografiche siano opere di espressione originale italiana, compito che dovranno assolvere attraverso un decreto interministeriale (non ancora adottato), l'azienda segnala che il riferimento all'articolo 2, c. 1, lett. b) della legge 14 novembre 2016, n. 220 contenuto nell'articolo 1, c. 1, lett. g) dello Schema di Regolamento (per la definizione di "opera cinematografica") potrebbe in futuro innescare alcune contraddizioni rispetto alle definizioni che il MIMIT e il MIC adotteranno. **Amazon** suggerisce pertanto di eliminare la definizione contenuta nell'articolo 1, c. 1, lett. g) e di rimettersi direttamente alle determinazioni che MIMIT e MIC vorranno prendere in futuro con apposito decreto.

**ANICA** chiede di cassare la lett. f) "opere cinematografiche di espressione originale italiana" in quanto le opere come definite dal Decreto, che attualmente è in vigore, non contiene tale definizione.

**APA**, con la proposta di inserimento di una nuova definizione di "opere audiovisive" alla lettera e), ritiene di chiarire che, ai fini del presente Regolamento, nella nozione di opere audiovisive siano incluse tutte le opere europee e quindi sia le opere con contenuto narrativo o documentaristico, sia i programmi di intrattenimento o similari.

Anche **APA** così come **ANICA**, riguardo alla definizione di "opere audiovisive di espressione originale italiana" condivide il rinvio al Decreto del Ministro per la cultura e del Ministro dello sviluppo economico di cui all'art. 57, comma 1, lett. a) del Testo unico, e rileva come il citato Decreto non contenga alcuna definizione di "opere cinematografiche di espressione originale italiana", di cui pertanto **APA** propone l'eliminazione.

Inoltre, **APA** chiede l'inserimento della lett. h), "documentario": l'opera audiovisiva come definita dall'art. 2, comma 1, lett. d), della legge 14 novembre 2016, n. 220, e l'inserimento della lett. i), "opera di animazione": l'opera audiovisiva come definita dall'art. 2, comma 1, lett. g), della legge 14 novembre 2016, n. 220;

**APA** ritiene altresì opportuno inserire una definizione di "produttore non meramente esecutivo" che, analogamente ad altre definizioni, preveda un rinvio al Regolamento

Ministeriale di cui al Testo unico (art. 57, comma 3, lett. *a*), attualmente in via di definizione);

L'Associazione chiede inoltre l'inserimento della definizione di "introiti netti" da utilizzare come base di calcolo degli obblighi in capo al fornitore di servizi di media audiovisivi; tenuto conto dello sviluppo del mercato, in particolare dei nuovi modelli di business che associano offerte lineari e non lineari, a pagamento e gratuite (supportate da pubblicità).

**CRTV, Discovery e Viacom** alla lettera *o*) propongono di modificare "canale tematico": un canale che dedica almeno il 70 per cento della programmazione ad un tema specifico o ad un genere di programmazione e in relazione ad un pubblico di riferimento o target di utenza ai sensi dell'art. 3, comma 1, lett. *gg*) del Testo unico;

Tale proposta è suggerita dalla tendenza, ormai acquisita e consolidata nel mercato, di utilizzare sempre più diffusamente il termine "genere" come categoria per identificare la programmazione di un canale tematico (ad es. *factual entertainment*, cinema classico, *fiction crime* etc.), al pari di altri elementi quali il formato dell'opera (la serialità), quindi la durata, la struttura, il linguaggio narrativo o altri elementi stilistici ben contraddistinti e rilevanti sia per il pubblico di riferimento sia per gli inserzionisti pubblicitari. **Discovery** ritiene peraltro che il riferimento al genere di programmazione possa essere strettamente connesso al criterio del "target di utenza", citato, peraltro, espressamente dall'art. 3, comma 1, lett. *gg*) del Testo unico.

### Osservazioni dell'Autorità

Con riferimento alla proposta di modifica di **APA**, l'Autorità non accoglie l'inserimento della modifica alla definizione di "opere audiovisive" alla lettera *e*), in quanto non coerente con le finalità del Regolamento e ritiene, invece, accoglibile la proposta di **ANICA** di cassare la lett. *f*) "opere cinematografiche di espressione originale italiana", in quanto il Decreto, attualmente in vigore, non contiene tale definizione, mentre non si ritengono coerenti con lo schema di Regolamento gli inserimenti delle definizioni di "documentario" e di "opera di animazione".

L'Autorità non ritiene di poter accogliere l'inserimento richiesto da **APA** di definizione di "produttore non meramente esecutivo" al fine di non creare sovrapposizioni definitorie in quanto tale definizione sarà di competenza del Regolamento Ministeriale di cui al Testo unico art. 57, comma 3, lett. *a*).

Con riferimento alla definizione di "canale tematico" l'Autorità ritiene accoglibile la modifica proposta da **CRTV, Discovery e Viacom** vista la tendenza del mercato di utilizzare sempre più il termine "genere".

### Art. 3 Produttori indipendenti

#### Le posizioni dei soggetti intervenuti

Sulla definizione di “produttore indipendente” **Viacom** rileva come ad oggi non sia possibile effettuare una valutazione complessiva, dal momento in cui, come noto, gli operatori sono tuttora in attesa di Regolamenti dei Ministeri, che definiranno elementi quali quello della produzione non meramente esecutiva o i criteri per la titolarità dei diritti residuali, che rappresentano temi fondamentali per il business delle aziende. Tuttavia, rappresenta condizione imprescindibile che le eventuali future regole siano chiare, flessibili e permettano agli operatori di poter pianificare i propri investimenti per garantire il rispetto degli obblighi previsti dalla normativa.

**APA** propone di modificare il codice ATECO indicato al comma 2 in quanto ritiene più corretto il riferimento codice ATECO J59.11, con descrizione “*produzione di film, video, programmi televisivi (serie televisive, documentari eccetera) o spot pubblicitari per la TV*”, che esclude le attività di mera post-produzione (codice ATECO J59.12).

Sull’equivalente estero del codice ATECO, menzionato al comma 1, vari soggetti (**Disney, Viacom**) hanno rappresentato come la formulazione proposta dall’Autorità sul documento omologo al codice ATECO per i produttori indipendenti stabiliti all’estero debba essere modificata, in quanto questo costituisce una peculiarità italiana, che non trova corrispondenza in altra documentazione per i produttori non italiani in particolare, **Viacom** sottolinea che nello schema di Regolamento si fa riferimento al codice Ateco per produttori italiani e al corrispondente codice per quelli stranieri; la società assicura che risulta difficile - a volte impossibile - con i distributori avere questo tipo di certificazione all’estero. **Viacom**, in particolare, fa presente che gli investimenti in opere europee vengono fatti sia attraverso produzioni locali prodotte da produttori indipendenti italiani, i cui rapporti sono direttamente regolati mediante contratti di appalto, co-produzioni, pre-acquisti, e così via, oppure mediante l’acquisto in licenza di produzioni europee da parte di distributori, i quali non forniscono o non sono in grado di fornire questo tipo di informazione per i produttori europei indipendenti stabiliti in altri paesi europei. **Disney** è del medesimo avviso, rileva infatti che tale codice costituisce una peculiarità del sistema italiano e non possiamo essere certi che in tutti gli altri Stati membri dell’Unione Europea vi sia un requisito analogo. Mantenere questo obbligo comporterebbe l’impossibilità di considerare come produttori indipendenti soggetti stabiliti in altri paesi dell’Unione Europea. Suggerisce, pertanto, di eliminare tale riferimento dalla previsione.

**ANICA** suggerisce di chiarire il significato di diritti secondari, come diritti diversi da quelli primari e di cui almeno una parte deve rimanere nella titolarità del produttore. Con riferimento al comma 6, che prevede che rientrino nell’attività di produzione audiovisiva dei produttori indipendenti anche gli investimenti per la realizzazione dell’edizione italiana di opere straniere, **ANICA** ritiene che ciò sia tipico dei gruppi internazionali e

debba esser considerato rientrante tra i costi di distribuzione e non di produzione. La proposta è supportata anche da **APA**.

Sullo stesso punto, **Netflix** propone invece di integrare l'articolo 3, comma 6 con l'identificazione di alcune delle attività che si intendono incluse nel perimetro delle attività volte alla realizzazione dell'edizione italiana delle opere, ritenendola una modifica volta a rendere più organica la norma: alcune delle attività di adattamento menzionate – come il doppiaggio e il *voice over* – sono storicamente sempre state incluse fra gli investimenti (fin dalla delibera n. 66/09/CONS), pertanto si codificherebbe, con benefici in termini di chiarezza del diritto, una prassi interpretativa già consolidata. Inoltre, la specifica menzione delle misure per assicurare che le opere siano più accessibili alle persone con disabilità (per esempio, per la realizzazione delle audiodescrizioni delle opere) risponde a una duplice ratio. In primo luogo, verrebbero così valorizzate delle attività che, pur essendo strumentali al pari delle altre alla realizzazione di un'opera di qualità superiore, contribuiscono all'accrescimento dell'industria audiovisiva italiana. Inoltre, si creerebbe un espresso incentivo per i fornitori: potendo computare i costi sostenuti per queste misure, sarebbero spinti a investire maggiormente nella loro realizzazione, rendendo sempre più accessibili le proprie opere alle persone con disabilità, migliorando l'esperienza di utilizzo del servizio di tutti gli utenti.

**APA** ritiene, altresì, di proporre di recepire in questa sede le caratteristiche riferite alla figura del “produttore audiovisivo originario” di cui all'articolo 1, comma 3, lett. *f*) del Decreto del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo in materia di credito di imposta, integrata con requisiti di partecipazione al costo e titolarità dei diritti di elaborazione pure rinvenibili nel medesimo Decreto. **APA** propone, quindi, di inserire, al termine dell'articolo 3, la previsione per cui *“Ai fini del presente Regolamento, il produttore indipendente non è ritenuto produttore meramente esecutivo se (a) partecipa alla realizzazione dell'opera con un apporto non inferiore al 10% del costo complessivo (b) è il produttore audiovisivo originario dell'opera audiovisiva, cioè organizza la produzione dell'opera audiovisiva, assume e gestisce i rapporti fondamentali per l'espletamento del processo produttivo, quali, tra gli altri, quelli aventi ad oggetto l'acquisizione, la realizzazione ed esecuzione del soggetto, della sceneggiatura, della regia o direzione artistica, della direzione della fotografica, della creazione delle musiche, dei costumi e delle scenografie, delle attività di ripresa sonora ed audiovisiva, dell'interpretazione dell'opera, del montaggio e (c) è titolare, in tutto o in parte, dei diritti di elaborazione creativa dell'opera audiovisiva. Nel caso di programmi, il requisito di cui alla lettera (c) si applica nel solo caso di format originali”*.

### **Osservazioni dell'Autorità**

Con riferimento alla proposta di **ANICA** relativa ai diritti secondari, **AGCOM** ritiene preferibile evitare di definire in sede di Regolamento dell'Autorità i diritti secondari, in quanto indicazioni fondamentali al riguardo saranno contenute nel regolamento o regolamenti che il Ministero delle imprese e del *made in Italy* (già Ministero dello

sviluppo economico) e il Ministero della cultura dovranno adottare ai sensi dell'articolo 57, comma 3, lett. b) del Testo unico, che prevede, in particolare, che vengano ivi definiti *“i criteri per la limitazione temporale dei diritti di utilizzazione e sfruttamento delle opere e per le modalità di valorizzazione delle stesse sulle diverse piattaforme”*. Un esercizio definitorio in tal senso dell'Autorità rischierebbe, pertanto, di sovrapporsi o addirittura di non essere coerente col disposto regolamentare interministeriale, rendendosi dunque opportuno astenersi al riguardo.

Sulla proposta di **APA** di modificare il codice ATECO in modo da restringerne ulteriormente il campo di applicazione, l'Autorità ritiene sufficientemente circoscritto l'ambito di applicazione senza che sia necessaria una modifica al testo, in quanto la formulazione attuale consente un'applicazione sufficientemente elastica.

Con riferimento al comma 6 e alle relative osservazioni di **ANICA** e **APA**, **AGCOM** ritiene condivisibile la proposta e pertanto il testo viene modificato di conseguenza.

Con riferimento alla proposta di **APA** di prevedere specifiche relative al produttore non meramente esecutivo, si rappresenta che, come sopra riportato per i diritti secondari, il Testo unico demanda la competenza su tale tema al regolamento o regolamenti ministeriali, come previsto dall'art. 57, comma 3, *“Il regolamento o i regolamenti, tenuto conto di eventuali appositi accordi stipulati fra le Associazioni di fornitori di servizi di media audiovisivi ovvero fra singolo fornitore di servizi di media audiovisivi e le associazioni di categoria maggiormente rappresentative dei produttori cinematografici e audiovisivi italiani, prevedono altresì: a) specifiche modalità di assolvimento degli obblighi di cui agli articoli 53, 54, e 55, con particolare riferimento alle condizioni di acquisto, pre-acquisto, produzione e co-produzione delle opere. In particolare, le modalità di assolvimento degli obblighi e gli assetti contrattuali e produttivi relativi a opere cinematografiche e audiovisive di finzione, di animazione o documentari originali, di espressione originale italiana ovunque prodotte, devono assicurare che il ruolo e l'apporto dei produttori indipendenti non sia un ruolo meramente esecutivo [...]”*. Come sopra esposto, un intervento dell'Autorità su un tema di competenza dei Ministeri sarebbe non conforme al quadro normativo, non opportuno, col rischio di contraddizioni o incertezze giuridiche, né risulta, in effetti, utile o necessario per l'applicazione del presente Regolamento. Si ritiene, pertanto, preferibile rigettare la proposta di **APA**.

Con riferimento alle osservazioni relative al documento omologo al codice Ateco per i produttori stabiliti in alto Stato membro, si prende atto di quanto esposto da **Disney** e **Viacom** e si elimina il relativo inciso, mentre non appare necessario modificare il codice individuato come richiesto da **APA**.

Con riferimento alla proposta di **Netflix** di includere espressamente tutte le attività di post-produzione, adattamento, doppiaggio, sottotitolazione e misure per accessibilità negli interventi, si ritiene che la stessa estenderebbe eccessivamente la portata della previsione, frustrandone la finalità.



## **Art. 4**

### **Quote di programmazione**

#### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

##### **Comma 4**

**Sky** propone di ridurre la quota di programmazione a favore delle opere specificamente rivolte ai minori. In subordine propone di aggiungere un'esenzione a tale obbligo per i palinsesti che abbiano trasmesso nel corso dell'anno meno di 52 opere specificamente rivolte ai minori. Secondo la società gli obblighi di cui all'art. 37, comma 11, del Testo unico non trovano alcun fondamento nelle norme europee e hanno la loro origine in un contesto storico completamente diverso da quello attuale. In particolare, la riserva in favore delle trasmissioni europee specificamente rivolte ai minori è da ritenersi un obbligo inutilmente gravoso per le emittenti e la cui inattualità e necessità di abrogazione è stata chiaramente riconosciuta già diversi anni fa dalla stessa Autorità. Appare dunque certamente anacronistico prevedere un obbligo di diffusione di trasmissioni europee specificamente rivolte ai minori. Infatti, occorre considerare che oggi, con la presenza di un numero assai elevato di canali televisivi dedicati ai minori, la domanda di contenuti destinati a questi ultimi è per forza di cose elevata e tale da poter supportare lo sviluppo di un'industria audiovisiva di programmi per minori. Al contrario, la vigenza di quest'obbligo anche per i canali televisivi diversi da quelli destinati ai minori rischia di determinare un'alterazione della linea editoriale degli stessi canali, o comunque di imporre ai fornitori di SMAV di chiedere, con conseguente aggravio dell'attività amministrativa, delle deroghe anche laddove la linea editoriale del canale sia chiaramente incompatibile con una programmazione specificamente rivolta ai minori (es. canali sportivi, canali *all news*).

#### **Osservazioni dell'Autorità**

##### **Comma 4**

Con riferimento al comma 4, l'Autorità ritiene accoglibile la proposta di modifica di **Sky**, in merito alle quote di riserva europee relative alle trasmissioni specificamente rivolte ai minori ed avente ad oggetto la sostituzione del riferimento al 3% della quota con il riferimento al 2% delle ore assoggettabili.

Si condivide la posizione della Società in quanto la presenza di un numero assai elevato di canali televisivi dedicati ai minori è tale da poter sostenere la finalità della norma.

La possibilità di rideterminare (abbassandola) la quota di programmazione in questione, rientra nei poteri regolamentari dell'**AGCOM** e in subordine, alla luce del contesto attuale, l'Autorità considera che il mantenimento di una soglia così elevata anche per i canali che non hanno una programmazione prevalentemente dedicata ai minori appare

sproporzionata e non giustificata. Pertanto, l’Autorità ritiene di poter rimodulare l’ambito di applicazione di quest’obbligo, limitandone l’impatto negativo sulle scelte editoriali e, in ultima analisi, sullo sviluppo del mercato dell’offerta dei contenuti audiovisivi. Resta ferma la possibilità di sostenere lo sviluppo dell’industria audiovisiva nazionale di programmi di animazione mediante l’adozione dei regolamenti di cui all’art. 57 del Testo unico.

Tale modifica assorbe la finalità del secondo emendamento proposto da **Sky** relativo all’introduzione di un’esenzione a tale obbligo per i palinsesti che abbiano trasmesso nel corso dell’anno meno di 52 opere specificamente rivolte ai minori, che si ritiene quindi di non accogliere.

## Art. 5

### Quote di investimento

#### Le posizioni dei soggetti intervenuti

##### Comma 3

**CRTV** propone di specificare che dall’elenco delle tipologie di ricavi sono esclusi i proventi derivanti dalla vendita di beni e servizi. La motivazione di tale emendamento risiede nel fatto che l’articolo in esame identifica le voci di costo che rappresentano gli introiti netti annui sui quali sono calcolate le quote di investimento. Trattandosi di disposizioni riferite a fornitori di servizi media audiovisivi, *ratione materiae*, è evidente che la disposizione prende in considerazione “esclusivamente i ricavi riferiti alla prestazione di fornitore di servizi di media audiovisivi lineari nell’ambito dell’esercizio dei relativi titoli abilitativi”.

Nel dettagliare le varie voci di costo, sono indicati gli introiti attribuibili a “pubblicità, televendite e sponsorizzazioni riferite alla programmazione lineare”.

Con riferimento alla voce “televendite”, pur costituendo principio noto e pacifico, appare opportuno precisare che negli importi netti annui devono essere computati solo ed esclusivamente i ricavi percepiti dalla vendita di spazi di programmazione per lo svolgimento di attività di televendita. In altre parole, gli introiti netti annui devono comprendere solo i ricavi da attività editoriali.

L’Autorità ha applicato una giusta distinzione tra tipologie di ricavi, specificando che nel caso delle “offerte televisive a pagamento di programmi di carattere non sportivo” solo le attività editoriali sono da considerarsi negli introiti netti annui (si veda l’articolo 5, comma 4).

**Sky** propone di far riferimento all’ultimo conto economico approvato, onde evitare possibili incertezze applicative. In ogni caso ritiene che, ai fini dell’individuazione degli introiti netti annui rilevanti per l’applicazione degli obblighi di investimento, dovrebbero essere presi in considerazione i ricavi riconducibili ad un bilancio già approvato;

diversamente, i fornitori di servizi di media si troverebbero a dover pianificare i propri investimenti sulla base di dati non certificati e soggetti a possibili scostamenti, anche significativi.

**APA** con riferimento alla definizione di “introiti netti” avuto riguardo alla definizione dei ricavi complessivi annui riferiti alla concessionaria del servizio pubblico, l’art. 54, comma 4 del Testo unico indica che ricavi sono “quelli derivanti dal canone relativo all’offerta radiotelevisiva, nonché i ricavi pubblicitari connessi alla stessa, al netto degli introiti derivanti da convenzioni con la pubblica amministrazione e dalla vendita di beni e servizi, e secondo le ulteriori specifiche contenute in regolamento dell’Autorità.

**Netflix** sostiene che per introiti netti annui devono intendersi i ricavi riportati nell’ultimo conto economico approvato disponibile alla data del 1° gennaio dell’anno per il quale sono computati gli investimenti di cui al comma 1. Ai fini del presente articolo, sono presi in considerazione esclusivamente i ricavi riferiti alla prestazione di fornitore di servizi di media audiovisivi lineari nell’ambito dell’esercizio dei relativi titoli abilitativi.

**Disney** sostiene che i fornitori di servizi media audiovisivi lineari devono calcolare le quote di investimento sulla base dei ricavi riportati nell’ultimo conto economico o nell’omologa scrittura contabile approvata disponibile al 31 gennaio; mentre in base all’articolo 7 comma 2 i fornitori a richiesta devono considerare il conto economico consuntivo dell’anno precedente a quello su cui sono computati gli investimenti. Tale differenza può generare confusione ed effetti distorsivi, in quanto diversi fornitori – senza una valida ratio che giustifichi tale trattamento differenziato - si ritroverebbero a calcolare gli investimenti sui ricavi generati in due annualità diverse. Al fine di pervenire a una soluzione organica **Disney** suggerisce di adottare una base di calcolo comune per tutti i fornitori, preferibilmente individuando quale documento contabile di riferimento, il conto economico consuntivo dell’anno precedente rispetto a quello a cui sono computati gli investimenti, anche se non ancora formalmente approvato dagli organi societari. Le società, infatti, chiudono l’anno fiscale in date diverse il conto economico consuntivo permetterebbe non solo di calcolare i ricavi sui dati più recenti a disposizione, ma anche di superare il disallineamento delle date di chiusura dei bilanci. Resta ferma la possibilità per i fornitori di segnalare con il modello Q eventuali disallineamenti fra i dati del conto economico consuntivo e gli effettivi ricavi cristallizzati nel bilancio formalmente approvato. Tale precisazione potrebbe essere riportata nel preambolo della delibera che approva il regolamento fornendo un utile ausilio interpretativo.

### **Comma 5**

**Discovery e Viacom** in riferimento al comma 4 propongono di tenere conto oltre che del palinsesto anche delle condizioni del mercato della distribuzione cinematografica. L’opportunità di considerare, oltre al palinsesto, anche le condizioni di mercato, è giustificata da una serie di elementi oggettivi. Tale proposta infatti sottende un’osservazione critica, ispirata dalle diverse accezioni di “opera europea” e di “opera cinematografica di espressione originale italiana”. Infatti, mentre il riferimento al termine “opera europea” richiama il principio di provenienza geografica dell’opera stessa, lo

stesso non può dirsi per “opera cinematografica di espressione originale italiana, ovunque prodotta” che oltre a chiamare in causa l’elemento linguistico, fa altresì riferimento ad un ben preciso formato di opera audiovisiva, avente specifici caratteri di durata, stile narrativo, costo, etc. Questo fa sì che possa essere complicato reperire sul mercato alcuni tipi di opere, tra cui quelle cinematografiche italiane indipendenti e recenti.

### **Comma 6**

**ANICA** osserva che le disposizioni del comma 5 non si applicano ai fornitori di servizi media i cui palinsesti abbiano trasmesso nel corso dell’anno meno di 52 opere cinematografiche. Al fine di tale computo, sono tenuti in considerazione i titoli unici, al netto delle repliche, senza che il numero totale annuale di trasmissione e ritrasmissione di qualsivoglia natura delle stesse opere sia superiore a 104. Il criterio del numero minimo di film trasmessi nei palinsesti non trova riscontro nella norma primaria, che invece ha stabilito una sotto-quota specifica per le opere cinematografiche al fine di promuovere la programmazione delle stesse. Pertanto, l’Associazione chiede che il criterio di soglia indicato sia applicato alla totalità dei palinsesti di un medesimo fornitore di servizi, in linea anche con il principio per cui gli obblighi di programmazione possano essere calcolati sull’insieme dei palinsesti di un medesimo fornitore.

**CRTV, Discovery, Viacom e RTI** propongono di incrementare il numero massimo dei titoli delle opere al di sopra del quale scatta l’obbligo di investimento in opere cinematografiche di espressione originale italiane, dal momento che per i casi di contratti pluriennali o contratti quadro, il numero delle opere previste dai contratti stessi rischia di essere superiore rispetto alla soglia proposta dall’Autorità. In particolare, **Viacom** sottolinea che, nella prassi di mercato, a meno che non si contribuisca al finanziamento delle opere cinematografiche (mediante una co-produzione e/o con un preacquisto di diritti) i film di library (film non recenti) si acquistano “a pacchetto” di più titoli (perché l’operazione commerciale abbia un senso sia per il distributore che per il fornitore di servizi media). Quanto alle repliche, si fa presente che, quando si acquista il diritto lineare su un film e/o un pacchetto di film, si acquistano normalmente un primo passaggio e almeno due (se non tre) passaggi in replica. Questo assicura alle società di ammortizzare il costo della licenza durante il periodo di licenza e il ricorso a tutte le repliche. Limitare pertanto i titoli al numero di 52 e, soprattutto, i passaggi complessivi a 104 è molto critico anche per i servizi media audiovisivi che hanno una programmazione cinematografica solo residuale perché queste limitazioni non consentono di sfruttare compiutamente il prodotto acquistato e l’investimento effettuato anche da un punto di vista contabile e fiscale. Il rischio è che, per rispettare tali limitazioni e non incorrere nei più gravosi obblighi di investimento in opere cinematografiche recenti (oggi appannaggio solo dei grandi gruppi generalisti e delle piattaforme OTT), si comprima ulteriormente il mercato delle opere cinematografiche di library non recenti che sono le uniche accessibili ai fornitori di servizi media lineari non generalisti.

**CRTV** propone di eliminare il riferimento alle 104 opere complessive come soglia massima al di sotto della quale il singolo servizio non sarebbe sottoposto al rispetto

dell'obbligo di investimento, dal momento in cui il numero complessivo di passaggi televisivi è spesso stabilito nei contratti di acquisizione delle opere e non sempre è frutto di dinamiche negoziali.

### **Comma 13**

**CRTV Discovery** e **Viacom** propongono di comprendere tra gli investimenti consentiti da parte di società controllanti, controllate o soggette a controllo comune anche le imprese non stabilite in Italia. La specifica proposta delle società ha un duplice obiettivo: il primo è quello di evitare disparità di trattamento tra fornitori lineari e a richiesta, per cui il principio del rispetto degli obblighi tramite investimenti effettuati (anche) da società controllanti, valido per la distribuzione lineare, debba essere applicato allo stesso modo ai servizi a richiesta; il secondo, sulle società controllanti o controllate “ancorché non soggette alla giurisdizione italiana”, è finalizzato esclusivamente a fare chiarezza sulla possibilità che gli investimenti realizzati da queste società e indirizzati al mercato italiano, possano essere incluse nel computo degli investimenti a livello di gruppo.

### **Comma 14**

**Discovery** ed **MPA** propongono di comprendere tra gli investimenti anche le spese di distribuzione per l'*home entertainment*, poiché ritiene che tutte le spese e i costi sostenuti per sostenere l'industria audiovisiva debbano essere considerati validi ai fini dell'assolvimento degli obblighi di investimento.

Ciò è peraltro perfettamente coerente con l'obiettivo e la ratio della normativa europea che è quello di promuovere la produzione e la distribuzione di opere europee e la sua circolazione tra il pubblico.

**Netflix** propone di includere le spese di promozione relative a qualsiasi tipologia di opera, anche non cinematografica. La società ritiene che la possibilità di computare negli investimenti le spese sostenute per la promozione e distribuzione delle opere non debba essere limitata alle sole opere cinematografiche, ma debba essere possibile per tutte le opere di espressione originale italiana. La norma, infatti, è diretta a permettere a tutti i fornitori di servizi di media audiovisivi di computare costi che vengono sostenuti per massimizzare il successo dell'opera prodotta. La ratio di tale inclusione è duplice: livellare la posizione di tutti i fornitori sul mercato – prima dell'intervento regolamentare questa possibilità era contemplata solo per la concessionaria del servizio pubblico nel contratto di servizio – e valorizzare degli investimenti che contribuiscono ad aumentare la diffusione dell'opera e la sua conoscenza presso il pubblico.

**Netflix** ritiene inoltre che la possibilità di considerare come investimenti i costi di promozione e distribuzione dell'opera debba essere disancorata dalla necessaria presenza di meccanismi di remunerazione a favore del produttore (anche nella forma di schemi premianti legati al ciclo delle performance delle opere).

Gli obblighi di programmazione e investimento sono stati previsti dal legislatore per favorire la produzione e la distribuzione di opere europee realizzate da produttori

indipendenti, contribuendo così attivamente a promuovere la diversità culturale: il fulcro della disciplina è, quindi, l'opera, non il produttore indipendente che la realizza. L'interesse perseguito dalla norma non è avvantaggiare un determinato soggetto, ma promuovere la diffusione di una certa tipologia di opera – nello specifico, le opere europee – per la cultura e i valori di cui essa stessa è espressione.

Considerando quindi che l'obiettivo è di incentivare gli investimenti in opere, non deve essere posto un limite a come questo fine è perseguito. Anche gli investimenti nella promozione e pubblicità dell'opera sono fondamentali: da un lato in questo modo l'opera acquista valore economico perché potrà raggiungere un pubblico più vasto, dall'altro potrà perseguire il fine ultimo della norma, ossia diffondersi presso il pubblico e promuovere la diversità culturale. Un milione investito in attività promozionali può portare benefici per l'opera e per la diffusione della conoscenza della stessa tanto quanto un milione investito nel budget di produzione.

Inoltre, è opportuno anche osservare che i meccanismi di remunerazione descritti dalla norma non considerano le evoluzioni in atto nel mondo dell'audiovisivo. Il revenue sharing è, infatti, uno schema premiante contrattuale ricorrente, nella prassi commerciale, non solo in riferimento allo sfruttamento cinematografico, ma anche nel settore TVOD. Tuttavia, le abitudini degli utenti si stanno indirizzando sempre più verso l'utilizzo di servizi di media audiovisivi a richiesta in abbonamento. Gli abbonati pagano per poter avere accesso a un catalogo nel suo complesso, non solo a un'opera, quindi non è possibile calcolare quali siano i ricavi specificamente attribuibili a una singola opera.

Una analoga proposta è stata avanzata da **Sky**, **Viacom** e **Disney**, ritenendo che la limitazione di questa previsione alle sole opere cinematografiche di espressione italiana sia eccessivamente restrittiva e che in un'ottica di promozione generale delle opere europee possa continuare ad essere estesa a qualsivoglia tipologia di opera.

Le società ritengono che tutte le spese e i costi sostenuti per sostenere l'industria audiovisiva debbano essere considerati validi ai fini dell'assolvimento degli obblighi di investimento. Ciò è peraltro perfettamente coerente con l'obiettivo e la ratio della normativa europea che è quello di promuovere la produzione e la distribuzione di opere europee e la sua circolazione tra il pubblico.

**ANICA** chiede l'eliminazione del comma 14 in quanto le spese di promozione e distribuzione delle opere cinematografiche non attengono alla produzione audiovisiva, e pertanto non possono rientrare fra quelle relative agli obblighi di investimento, né vengono sostenute dai produttori audiovisivi.

### **Osservazioni dell'Autorità**

L'Autorità con riferimento al comma 3 ritiene accoglibile la proposta emendativa di **CRTV** in quanto trattandosi di disposizioni riferite a fornitori di servizi media audiovisivi la disposizione prende in considerazione "esclusivamente i ricavi riferiti alla prestazione

di fornitore di servizi di media audiovisivi lineari nell'ambito dell'esercizio dei relativi titoli abilitativi”.

Sempre al comma 3 l'Autorità ritiene di accogliere le osservazioni presentate da **Sky**, che recepiscono analoghe istanze presentate da diversi soggetti, ancorando gli introiti all'ultimo conto economico approvato al 31 gennaio dell'anno in cui sono computati gli investimenti.

Con riferimento al comma 5, l'Autorità condivide e accoglie la proposta di **CRTV, Discovery e Viacom** di considerare, oltre al palinsesto, anche le condizioni di mercato, tale modifica si ritiene giustificata dal fatto che possa essere complicato reperire sul mercato alcuni tipi di opere, tra cui quelle cinematografiche italiane indipendenti e recenti.

Con riferimento al comma 6 l'Autorità non ritiene accoglibile la proposta di **CRTV Discovery Viacom e RTI** di incrementare da 52 a 104 il numero massimo dei titoli delle opere al di sopra del quale scatta l'obbligo di investimento in opere cinematografiche di espressione originale italiane; allo stesso modo non è accoglibile la proposta di incrementare il numero totale annuale di trasmissione e ritrasmissione delle stesse opere da a 104 a 312 in quanto entrambe non sono rispondenti alle finalità del Regolamento. Parimenti non si ritiene accoglibile la proposta di **ANICA** di eliminazione del comma. La soglia, introdotta dall'Autorità con la delibera n. 184/18/CONS, appare idonea a contemperare le misure di promozione delle opere cinematografiche di espressione originale italiana con le caratteristiche dei palinsesti, conformemente a quanto previsto dall'art. 56, comma 1, lett. c) del TUSMA.

L'Autorità al comma 9 ritiene di accogliere la richiesta di integrazione di **APA** coerentemente con il dettato del Testo unico, si rileva infatti che attraverso l'inserimento di ulteriori specifiche sia più correttamente computata la base di calcolo.

Con riferimento al comma 13, l'Autorità ritiene di accogliere l'integrazione proposta da **CRTV, Discovery e Viacom** sulle società controllanti o controllate “ancorché non soggette alla giurisdizione italiana”, in modo da fare chiarezza sulla possibilità che gli investimenti realizzati da queste società e indirizzati al mercato italiano, possano essere incluse nel computo degli investimenti a livello di gruppo.

Con riferimento all'eliminazione del comma 14 si ritiene accoglibile la proposta di **ANICA** per le motivazioni sostenute dalla stessa associazione.

### **Titolo III**

#### **Obblighi per i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta**

##### **Art. 6**

##### **Quote di programmazione**

###### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

**APA** ritiene necessario specificare espressamente che gli obblighi di cui agli art. 6 e 7 devono essere riferiti anche alla concessionaria del servizio pubblico per la parte di attività relativa alla fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta. L'art. 55 del Testo unico, comma 1 e 2, fa infatti riferimento ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla giurisdizione italiana, senza fare eccezione né introdurre disposizioni specifiche applicabili alla concessionaria del servizio pubblico.

**Amazon** ritiene che la formulazione adottata possa ingenerare dubbi interpretativi, in quanto l'articolo 6 menziona anche l'articolo 7 sulle quote di investimento ed esprime il timore che questo possa essere interpretato come un'estensione degli obblighi di programmazione riferiti ai fornitori italiani anche ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta non stabiliti in Italia.

**ANICA** e **APA** chiedono l'eliminazione del periodo in cui si prevede che, per un episodio di durata e costo di produzione simili a quelli di un lungometraggio, l'Autorità può prevedere l'attribuzione di un coefficiente di ponderazione più elevato. **ANICA** ritiene che tale previsione non sia supportata dalla normativa primaria e introduce forti elementi di discrezionalità, inoltre sostiene che le espressioni utilizzate avrebbero l'effetto di ingenerare confusione e introdurre un elemento di forte discrezionalità nell'applicazione della norma. I costi dei lungometraggi e i costi delle serie televisive variano molto; oggi più che mai ci sono serie che hanno costi assimilabili al cinema, ma è rischioso equiparare un lungometraggio ad una serie televisiva attraverso criteri che risultano discrezionali. **ANICA** suggerisce di considerare come serie a fascia alta quelle che hanno un costo pari a circa euro 2.500.000 ad episodio. **APA** ritiene che tali casi comportino eccessivi livelli di discrezionalità con parametri di mercato difficilmente rilevabili.

**TIM**, **Discovery** e **MOTION PICTURE** propongono di riformulare il comma 2 per rendere la norma di più facile lettura ed eliminare il rischio di ingenerarsi di incertezze applicative,

###### **Osservazioni dell'Autorità**

Con riferimento alla proposta di **APA** di includere esplicitamente anche la concessionaria del servizio pubblico, si concorda e si modifica il comma 1 di conseguenza.



Con riferimento al timore espresso da **Amazon** relativamente alla possibile interpretazione nel senso di estendere gli obblighi di programmazione riferiti ai fornitori italiani anche ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta non stabiliti in Italia si rappresenta che l'articolo 55, comma 3, del Testo unico specifica chiaramente che sono solo gli obblighi di cui al comma 2, lettera *b*) del medesimo articolo, ovvero gli obblighi di investimento, che si applicano anche ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta stabiliti in altro Stato membro e qualunque interpretazione dissimile sarebbe contraria al Testo unico. La formulazione proposta, che non si ritiene necessario modificare alla luce di quanto testé rappresentato, intende specificare che l'ambito di applicazione soggettivo degli articoli 6 e 7 sono i fornitori di servizi on-demand e che l'articolo 7 comma 3 reca la disciplina relativa ai fornitori stabiliti all'estero.

Con riferimento alla richiesta di **ANICA** e **APA** di eliminare la previsione relativa al singolo episodio aventi caratteristiche che lo rendono assimilabile a un lungometraggio, si rappresenta che la previsione è stata mutuata dalla Comunicazione della Commissione europea recante le Linee guida sopra menzionate, che prevede espressamente che *“alcune produzioni audiovisive possono avere costi di produzione maggiori se paragonate ad altri elementi nel catalogo, ad esempio nei casi di investimenti diretti significativi o costi di autorizzazione per le fiction di fascia alta, in cui un episodio ha una durata e un costo di produzione simili a quelli di un lungometraggio. In questi casi, ove giustificato, le autorità nazionali potrebbero prevedere l'attribuzione di un coefficiente di ponderazione più elevato per tali opere, ad esempio sulla base della richiesta motivata di un fornitore”*. Si ritiene, inoltre, che tali eventuali richieste, che si ritiene ragionevolmente saranno residuali e decisamente non frequenti, saranno valutate attentamente dall'Autorità caso per caso, onde evitare eventuali tentativi di aggiramento della normativa, e che il criterio fornito da **ANICA** di considerare come serie a fascia alta quelle che hanno un costo pari a circa due milioni e mezzo di euro per episodio sia condivisibile.

## Art. 7

### Quote di investimento

#### Le posizioni dei soggetti intervenuti

##### Comma 2

**Disney e Netflix** rilevano l'incongruenza tra il regime previsto per i servizi lineari e i servizi non lineari: infatti, in base all'articolo 5, comma 3, i fornitori di servizi di media audiovisivi lineari devono calcolare le quote di investimento sulla base dei ricavi riportati nell'ultimo conto economico o nell'omologa scrittura contabile approvata disponibile al 31 gennaio, mentre, in base all'articolo 7, comma 2, i fornitori a richiesta devono considerare il conto economico consuntivo dell'anno precedente a quello su cui

sono computati gli investimenti. **Disney** ritiene che questa differenza possa generare confusione ed effetti distorsivi, in quanto diversi fornitori – senza una valida *ratio* che giustifichi tale trattamento differenziato – si ritroverebbero a calcolare gli investimenti sui ricavi generati in due annualità diverse.

Al fine di pervenire a una soluzione organica, che valga a ovviare alla disparità di trattamento ipotizzata per le due situazioni speculari, **Disney** suggerisce di adottare una base di calcolo comune per tutti i fornitori e sarebbe preferibile individuare il documento contabile di riferimento nel conto economico consuntivo dell'anno precedente rispetto a quello a cui sono computati gli investimenti, anche se non ancora formalmente approvato dagli organi societari. Le società, infatti, chiudono l'anno fiscale in date diverse e utilizzare il conto economico consuntivo per tutti i fornitori, secondo **Disney**, permetterebbe non solo di calcolare i ricavi sui dati più recenti a disposizione, ma anche di superare il disallineamento delle date di chiusura dei bilanci e della successiva approvazione e di ridurre la grande distanza temporale che altrimenti separerebbe l'anno a cui si riferiscono i ricavi e l'anno in cui devono essere effettuati gli investimenti. Di posizione diametralmente opposta sono **Sky** e **Netflix**, che ritengono invece imprescindibile che i fornitori pianifichino gli investimenti su un documento ufficiale e approvato, una base di calcolo stabile e già approvata dal Consiglio di Amministrazione, visto che possono verificarsi scostamenti anche importanti tra consuntivo e bilancio approvato, non soggetta a cambi significativi nel corso dell'anno. Non costituirebbe, invece, un idoneo strumento di rilevazione dei ricavi un mero conto economico consuntivo, in quanto esso è, per definizione, ancora soggetto a modifiche: si ritiene quindi necessario far riferimento al bilancio approvato in via definitiva, unico documento dotato dei necessari caratteri di stabilità e affidabilità.

In relazione al comma 2, molti soggetti (**Disney**, **MPA**, **Discovery**, **Sky**), rilevano il trattamento differenziato fra i fornitori di servizi di media audiovisivi lineari e i fornitori a richiesta in relazione all'individuazione delle voci da ricomprendere negli introiti netti annui su cui calcolare gli obblighi di investimento. In base allo Schema, i fornitori a richiesta, seppure soggetti nella sostanza ai medesimi obblighi di investimento dei fornitori lineari – anche più gravosi ove si considerasse solo il *quantum* – devono calcolare gli investimenti su tutti i ricavi riferiti alla prestazione di fornitore di servizi di media audiovisivi non lineari svolta in Italia nell'esercizio del relativo titolo abilitativo, senza poter beneficiare delle eccezioni previste per i lineari. In termini pratici, i fornitori a richiesta hanno un obbligo di investimento fino al 20% e devono anche considerare una base imponibile maggiore. Ciò parrebbe ingiustificato. La modifica suggerita persegue il duplice scopo di creare uniformità nel mercato e di riequilibrare, almeno in parte, il diverso peso degli obblighi di investimento gravanti su fornitori lineari e a richiesta.

**MPA** sottolinea come, per i soli fornitori lineari, l'articolo 5, comma 3 individua in maniera puntuale le voci di costo da attribuire negli introiti netti annui, limitando così la base di calcolo degli obblighi (a titolo esemplificativo, non vanno considerati i ricavi

generati dai programmi sportivi) che venga chiarito che per i fornitori SMAV a richiesta si applicano parametri equi per la determinazione della base di calcolo che vigono per i fornitori SMAV lineari.

Numerosi soggetti (**CRTV, Amazon, Disney, Discovery, MPA, Netflix**) sottolineano la disparità di trattamento venutasi a creare nello schema di regolamento, in quanto, ai sensi dell'articolo 5, i prestatori di servizi di media audiovisivi lineari sono espressamente autorizzati a includere gli investimenti in opere europee effettuati da società del gruppo, insieme a quelli sostenuti dal prestatore stesso, tra quelli rilevanti ai fini dell'assolvimento dei propri obblighi. L'articolo 7, invece, è silente su questo punto. Tale disparità di trattamento non è giustificata, poiché i prestatori di servizi a richiesta hanno generalmente anche loro - o comunque potrebbero avere - una struttura societaria con soggetti giuridici distinti dedicati alla produzione e all'acquisizione di contenuti audiovisivi europei, analogamente a quanto accade per le emittenti televisive. Pertanto, gli investimenti effettuati da società del gruppo di fornitori di servizi a richiesta soggetti agli obblighi di investimento dovrebbero essere considerati anche loro ai fini dell'assolvimento di tali obblighi, esattamente come già previsto per i fornitori di servizi lineari.

**Apple** sottolinea con vigore la necessità di un fondo nazionale cui contribuire, ciò renderebbe gli investimenti più semplici, inoltre sottolinea con vigore che i servizi TVOD (*transaction on demand*) e SVOD (*subscription on demand*) operano sulla base di modelli di business profondamente diversi, con differenti presupposti economici, strutture di costo e incentivi di mercato. Pertanto, le basi del fatturato devono essere calcolate in modo molto diverso per i servizi TVOD e SVOD. È ferma convinzione di **Apple** che sia necessario introdurre una differenziazione fra TVOD e SOD negli obblighi di investimento. I servizi TVOD raramente (se non mai) producono i contenuti che offrono. Operano infatti con un modello di distribuzione che, nel mondo off-line, è più simile al noleggio o alle vendite al dettaglio di DVD. Inoltre, i servizi TVOD normalmente operano applicando un modello di revenue share, con il quale vengono generate royalties per i produttori locali ogni qual volta i loro contenuti vengono acquistati. Pertanto, una maggiore differenziazione degli schemi risponderebbe meglio alle differenze nei modelli di business nella valutazione degli obblighi di investimento. In questa prospettiva, tenendo conto della natura del servizio, **Apple** ritiene che debbano essere previste regole più semplici per definire i ricavi rilevanti attribuibili a un fornitore di servizi media audiovisivi per la determinazione delle soglie di fatturato da cui far partire gli obblighi di investimento.

Inoltre, sempre secondo **Apple**, dovrebbero essere fatte rientrare negli investimenti tutte le spese articolate nelle varie fasi di sviluppo della produzione, dall'assunzione di personale per l'esecuzione del lavoro, all'approvvigionamento e all'identificazione di potenziali nuovi progetti, all'impegno nello sviluppo precoce delle idee creative, all'assistenza nel processo di scrittura, all'assemblaggio di cast creativi, troupe, forniture tecniche, all'avvio delle riprese, al montaggio ecc. ecc. Inoltre, è necessario effettuare un gran numero di investimenti per l'immissione sul mercato della

produzione, quali, tra l'altro, la formattazione dell'opera per ogni canale di distribuzione (digitale, radiotelevisivo, fisico, ecc.), la localizzazione (doppiaggio, sottotitoli per ogni mercato, con il coinvolgimento di talent creativi) e l'accessibilità, il supporto pubblicitario e di marketing su misura per ogni mercato, i canali di distribuzione attraverso vari modelli di business, a seconda dei casi, per soddisfare gli utenti locali, ecc.

L'obbligo di investimento dovrebbe tenere conto di tutti gli investimenti sopra indicati, che consentono di effettuare investimenti più mirati e aumentano il valore aggiunto. Questo processo dovrebbe consentire la massima flessibilità possibile così da consentire le potenziali evoluzioni che si potrebbero verificare nel tempo.

**ANICA** chiede l'eliminazione della previsione per cui i fornitori di servizi che conseguono non meno dell'80% degli introiti da servizi lineari non sono sottoposti alle quote per i servizi on-demand da questa forniti. In ogni caso, anche qualora l'Autorità ritenesse di mantenere tale previsione, ritiene che vada esplicitato che gli obblighi di investimento previsti per i servizi lineari si estendono alla totalità dei ricavi, anche a quelli derivanti dai servizi non lineari del medesimo operatore.

**Amazon, Viacom e Discovery** ritengono necessario, per un principio di non discriminazione e parità di trattamento, includere per i fornitori di servizi di media on-demand una norma speculare a quella prevista dal TUSMA all'articolo 55, comma 9: l'intento del legislatore è quello di evitare, per un fornitore che dovesse svolgere la doppia attività di fornitura di servizi media audiovisivi lineare (in misura più che prevalente) e a richiesta (in via residuale) l'applicazione di un doppio onere, con il rispetto di entrambi gli obblighi di investimento previsti per le due diverse distribuzioni. Ebbene, tali soggetti ritengono che la stessa previsione possa essere estesa dall'Autorità e applicata nel caso in cui un fornitore consegua non meno dell'80 per cento degli introiti dalla fornitura a richiesta e si trovi a svolgere (in via residuale) anche l'attività di distribuzione lineare (si pensi ad esempio a cd. canali vetrina che promuovono il meglio del catalogo del medesimo fornitore). Il fatto che la norma preveda tale agevolazione per i fornitori di servizi lineari che esercitino anche marginalmente attività di servizio on-demand non vieta in alcun modo che la previsione possa essere estesa anche specularmente, e anzi l'opposto presenterebbe profili di grave disparità di trattamento.

### **Osservazioni dell'Autorità**

Le osservazioni di una pluralità di soggetti sugli introiti netti e la disparità di trattamento tra servizi lineari e non lineari sono meritevoli di accoglimento e l'articolo 7 viene conseguentemente modificato.

La proposta di **ANICA** relativa alla cancellazione della previsione sull'80% degli introiti non può essere accolta, in quanto la previsione costituisce applicazione dell'art. 55,

comma 9, del Testo unico. Si ritiene, tuttavia, condivisibile quanto proposto in subordine sempre da **ANICA** con riferimento al computo degli introiti anche da attività *on-demand* e si modifica di conseguenza l'articolo.

Le osservazioni di **Amazon, Disney, Discovery, Viacom**, relative all'articolo 55, comma 9, sono condivisibili e si introduce, all'articolo 7 del regolamento, un comma 5 che prevede che *“I fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta, che conseguono non meno dell'80 per cento dei propri introiti netti annui da tale attività e che svolgono anche l'attività di fornitura di servizi di media lineari, si applicano le disposizioni di cui agli articoli 6 e 7 del presente Regolamento”*.

Le osservazioni di **Apple** relativamente alle spese da includere negli investimenti non si condividono in quanto far rientrare tutte le voci indicate negli investimenti frustrerebbe la finalità delle previsioni in materia di opere europee.

## **Titolo IV**

### **Esenzioni e deroghe agli obblighi di programmazione e investimento**

#### **Art. 8**

#### **Esenzioni agli obblighi di programmazione e investimento**

#### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

##### **Comma 1**

**CRTV, Discovery, MPA, Viacom:** con riferimento all'articolo 8, comma 1, concemente l'esclusione dal rispetto degli obblighi di investimento per i fornitori di servizi di media audiovisivi che abbiano un modesto fatturato, le società propongono di modificare l'articolo nel senso di estendere l'applicazione dell'esenzione anche agli obblighi di programmazione. I soggetti citati rilevano infatti che operatori nuovi o piccoli, proprio a causa delle dimensioni limitate e delle loro scarse risorse, potrebbero risentire in modo particolare del peso degli obblighi di promozione e del loro costo.

**Apple, CRTV, RTI:** propongono di modificare l'articolo 8, medesimo comma, lettera a) anche nella parte in cui si quantifica la soglia di fatturato di modesta entità rilevante ai fini dell'esenzione dagli obblighi di programmazione e investimento. Le società evidenziano infatti che, prese in considerazione le dimensioni medie d'impresa dei fornitori di servizi di media audiovisivi nazionali, il valore annuo di due milioni di euro appare eccessivamente ridotto. **Apple**, in particolare, riporta che altri Stati europei comparabili all'Italia, quali ad esempio Francia e Spagna, hanno introdotto soglie più alte, rispettivamente pari a cinque e dieci milioni di euro. Sempre sulla soglia di fatturato **TIM** propone di adottare il medesimo perimetro rispetto al quale sono applicabili le soglie previste per adempiere agli oneri di investimento o per accedere alle deroghe, individuando la citata soglia con riferimento ai ricavi da pubblicità, da televendite, da

sponsorizzazioni, da contratti o convenzioni con soggetti pubblici e privati, da provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento.

Con riferimento alla lettera *b*) del comma 1 la quasi totalità degli operatori auditati (**ANICA, APA, Apple, Discovery, MPA, CRTV, RTI, TIM, Viacom**) sollevano perplessità sulla nozione di “quota di pubblico attivo” di modesta entità quale condizione rilevante ai fini dell’istanza di esenzione. Tutti, infatti, rilevano come tale quota appaia aleatoria in assenza di criteri dettagliati per l’individuazione della definizione di pubblico attivo, soprattutto per quanto concerne i fornitori di servizi lineari, che non dispongono di sistemi di registrazione dell’utenza.

### Comma 2

**Apple** osserva che l’esonero dall’obbligo, in capo ai fornitori di servizi di media audiovisivi lineari e non lineari, di raggiungere le quote di investimento – di cui agli artt. 5 e 7 dello schema di Regolamento - non dovrebbe essere limitato al solo primo anno di attività o di lancio del nuovo servizio – c.d. *ramp-up*. Come riporta la società: “Il periodo di un anno per i nuovi servizi proposto dallo Schema non è sufficiente per consentire lo sviluppo dei nuovi servizi e vanifica il principio stabilito dall’Articolo 13(6), della Direttiva AVMS”. **CRTV, Discovery, MPA, RTI e Viacom** si esprimono, invece, nel senso di estendere l’esonero anche ai nuovi canali/servizi lanciati dai fornitori di servizi lineari oltre che ai fornitori di servizi media audiovisivi che inizino la propria attività in modo da permettere durante il primo anno di raggiungere un equilibrio economico ed un “assestamento editoriale” di quel singolo servizio/canale.

### Comma 7

**Sky** propone l’eliminazione del comma 7 dell’art. 8 in base al quale l’Autorità ha la facoltà di formulare richieste di informazioni anche a soggetti terzi nell’ambito del procedimento per l’applicabilità delle esenzioni, asserendo che l’Autorità disponga già di tutti gli strumenti atti a verificare la fondatezza dei documenti trasmessi dall’istante.

## Osservazioni dell’Autorità

### Comma 1

Con riferimento al comma 1 dell’articolo 8, si ritiene degna di accoglimento la riformulazione proposta dalle società **CRTV, Discovery, MPA e Viacom**, relativa all’estensione del perimetro applicativo del citato articolo, dell’esenzione, per i fornitori di servizi di media audiovisivi lineari e non lineari aventi un fatturato annuo di modesta entità, dagli obblighi di investimento anche a quelli relativi alla programmazione.

Il legislatore europeo ha, in effetti, introdotto le esenzioni in commento non limitandole ai soli obblighi di investimento, ma riferendole a tutti gli obblighi di promozione delle opere europee, nel perseguimento del duplice obiettivo di incentivare la creazione di nuove imprese e di promuovere lo sviluppo del mercato. Come statuisce il Considerando 40 della Direttiva (UE) 2018/1808: “[a]l fine di garantire che gli obblighi relativi alla

*promozione delle opere europee non compromettano lo sviluppo del mercato e al fine di permettere l'ingresso di nuovi operatori sul mercato, i fornitori che non hanno una presenza significativa sul mercato non dovrebbero essere soggetti a tali requisiti. Ciò vale in particolare per i fornitori con un fatturato o un pubblico di modesta entità”.*

Si ritiene, quindi, che riconoscere l'esenzione anche dagli obblighi di programmazione concorra a dare piena attuazione alla norma europea che prevede un regime agevolato per i soggetti che non hanno significativa presenza sul mercato.

È da ritenersi accoglibile anche la proposta formulata da **Apple, CRTV E RTI** relativamente al medesimo comma, lettera *a*), con riferimento all'innalzamento della soglia di fatturato di modesta entità rilevante ai fini dell'esenzione dagli obblighi di programmazione e investimento, che l'Autorità ritiene congruo quantificare nella cifra di cinque milioni di euro.

Quanto alla seconda condizione proposta nel testo oggetto di consultazione per produrre istanza di esenzione – ovvero la quota di pubblico di modesta entità pari allo 0,5% – l'Autorità ritiene opportuno eliminarla. Si ritiene preferibile, dunque, inserire il solo riferimento alla soglia di fatturato di modesta entità quale condizione per richiedere esenzione.

Come evidenziato da **Apple**, le cui valutazioni sono da ritenersi condivisibili, tra il fatturato e la dimensione dell'*audience*, il primo è generalmente un indicatore più affidabile del successo di un servizio di media a richiesta (e della capacità del fornitore di servizi di dare il proprio apporto sotto forma di obblighi di investimento o di pagamento di contributi su basi sostenibili) ed è generalmente anche una misura più facile da calcolare e comunicare per i fornitori di servizi rispetto alla dimensione dell'*audience*.

D'altra parte, è possibile ritenere che, fra i fornitori di servizi media aventi soglia di fatturato di modesta entità, siano già ricompresi i fornitori con una quota di pubblico attivo di modesta entità.

### **Comma 2**

In merito alle richieste avanzate dagli operatori l'Autorità ritiene le stesse non coerenti con i fini perseguiti dallo schema di Regolamento.

### **Comma 7**

Con riferimento alla richiesta formulata da **Sky** in merito all'eliminazione del comma 7 dell'art. 8, l'Autorità ritiene la stessa non accoglibile, in quanto la facoltà, in capo al regolatore, di formulare richieste di informazioni anche a soggetti terzi nell'ambito del procedimento per l'applicabilità delle esenzioni, è finalizzata ad acquisire dati atti a comprovare la fondatezza dei documenti trasmessi dall'istante.

## Art. 9

### Deroghe agli obblighi di programmazione e investimento

#### Le posizioni dei soggetti intervenuti

Con un generale riferimento al tema delle deroghe agli obblighi di programmazione e investimento di cui all'art. 9 dello schema di Regolamento oggetto della consultazione pubblica, **Apple** osserva che l'istituto della deroga appaia concepito particolarmente per un panorama lineare, non tenendo adeguatamente conto delle peculiarità dei servizi TVOD e SVOD, come già espresso sul tema degli obblighi di investimento. Inoltre, la società esprime perplessità sull'applicabilità della deroga ai fornitori transfrontalieri che non sono soggetti alla giurisdizione italiana.

#### Comma 1

**CRTV, RTI:** le società ritengono, in coerenza con la modifica proposta all'art. 8, comma 1, relativamente all'innalzamento della soglia di fatturato prevista per richiedere l'esenzione dagli obblighi, sia opportuno, e potremmo affermare consequenziale, innalzare proporzionalmente anche la soglia di fatturato prevista per accedere alle deroghe di cui alla lett. *b)* del comma 1 dell'art. 9.

In merito alla lettera *c)* del medesimo comma, le società succitate propongono poi l'equiparazione dei canali "semi-generalisti" ai tematici, che eliminerebbe dubbi interpretativi e assicurerebbe spazi di flessibilità del sistema delle quote rispetto ad una tipologia di canali ormai riconosciuti nel panorama audiovisivo.

#### Comma 2

**CRTV, Discovery, RTI, Viacom:** relativamente agli elementi che i fornitori di servizi di media audiovisivi devono fornire a supporto della richiesta di deroga agli obblighi di programmazione e investimento di cui ai titoli II e III dello schema di Regolamento, le società, con particolare riferimento alla lett. *b)* del comma 2, chiedono di riformulare come segue: "*Gli effetti sull'equilibrio economico del servizio, o economico ed editoriale del singolo palinsesto o catalogo, avuto riguardo, a titolo esemplificativo, ai costi medi dei diversi prodotti disponibili sul mercato, al relativo rapporto costo/audience per minuto di programma, agli eventuali effetti sul target di riferimento dei palinsesti derivanti dai vincoli oggetto della richiesta di deroga*", inserendo il riferimento al servizio in luogo dell'azienda. **RTI** rileva, inoltre, come anche nell'art. 9, comma 1, lett. *d)* dello schema di Regolamento si faccia riferimento alla "natura o all'oggetto del servizio di media audiovisivo", quale parametro di valutazione della non praticabilità degli obblighi: esso sarebbe rappresentato, dunque, non dall'equilibrio economico d'insieme del fornitore del servizio di media, ma dalla sostenibilità degli obblighi stessi nell'ambito di uno specifico servizio. **Discovery** ritiene utile anche prevedere l'eventuale incidenza del rispetto dell'obbligo sulla tematicità del canale, rappresentando la possibilità che la disponibilità di un prodotto sul mercato – avuto riguardo ad un



determinato tipo di palinsesto – che presenti però un linguaggio narrativo ed una struttura stilistica diversi da quelli privilegiati dal servizio di media audiovisivo – possa condurre ad una perdita di identità del canale, ad una minore riconoscibilità presso il pubblico di riferimento e quindi ad una diminuzione degli indici di ascolto a valle ad una contrazione della raccolta pubblicitaria.

Alla lettera *e*) del comma 2 dell'art. 9, sempre con riferimento agli elementi che i fornitori di servizi di media audiovisivi devono fornire a supporto della richiesta di deroga agli obblighi di programmazione e investimento e con specifico riferimento alle opere audiovisive di espressione originale italiana, comprese quelle cinematografiche, **CRTV** propone di valutare, insieme all'effettiva disponibilità sul mercato delle stesse, anche la loro coerenza con la tematicità del palinsesto.

### **Comma 3**

In merito all'art. 9, comma 3, **ANICA** – al fine di favorire meccanismi maggiormente partecipativi da parte delle diverse componenti dell'industria audiovisiva – richiede di modificare il comma inserendo, nell'ambito della comunicazione di avvio del procedimento sull'istanza di deroga dagli obblighi, il riferimento al coinvolgimento delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative dei produttori cinematografici e televisivi nonché alla pubblicazione di apposito avviso sul sito web dell'Autorità.

### **Comma 6**

In merito all'art. 9, comma 6, **ANICA** richiede di modificare il comma inserendo, in occasione della formulazione di richieste di informazioni nel corso del procedimento sull'istanza di deroga dagli obblighi, il riferimento al coinvolgimento delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative. **Sky** propone, invece, l'eliminazione dell'intero comma, in analogia con la richiesta avanzata relativamente all'eliminazione del comma 7, art. 8.

### **Comma 7**

**APA** propone di integrare il comma 7 dell'art. 9 specificando che, ai fini della richiesta di deroga di cui al comma 1, l'Autorità valuti, fra le altre, anche le attività intraprese dal soggetto istante per acquistare, pre-acquistare, produrre o co-produrre opere audiovisive. **Discovery e Viacom**, invece, richiedono di inserire espressamente il riferimento al canale tematico fra gli elementi che l'Autorità dovrebbe valutare ai fini dell'accoglimento della richiesta di deroga. **CRTV**, nel condividere la proposta di **Discovery e Viacom**, di eliminare la distinzione, nell'ambito della modalità di distribuzione, tra emittenti in chiaro e a pagamento, suggerisce di inserire il riferimento al genere fra gli elementi che l'Autorità dovrebbe valutare ai fini dell'accoglimento della richiesta di deroga.

### **Osservazioni dell'Autorità**

L'Autorità, in merito alla perplessità espressa da **Apple** sull'applicabilità della deroga ai fornitori transfrontalieri non soggetti alla giurisdizione italiana, conferma l'applicabilità

dell'istituto anche ai soggetti citati, purché, ovviamente, in possesso dei requisiti per presentare l'istanza.

### **Comma 1**

Con riferimento alla modifica dell'articolo 9, comma 1, lett. *b*), l'Autorità ritiene accoglibile la proposta formulata da **CRTV** e **RTI** di innalzare la soglia di fatturato nell'ottica di fornire maggiore coerenza con quanto si ritiene accoglibile modificare al comma 1 dell'art. 8 in materia di esenzioni.

### **Comma 2**

Successivamente, in accoglimento della modifica dell'articolo 9, comma 2, lett. *b*), come proposta dalle società **CRTV**, **Discovery**, **Paramount** e **RTI**, si ritiene di introdurre il riferimento all'“equilibrio economico del servizio” in luogo dell'“equilibrio economico dell'azienda”. Questo orientamento sarebbe in forte coerenza con l'obiettivo perseguito dal regolatore di incentivare l'innovazione e la diversificazione dei singoli servizi di media audiovisivi, senza pregiudizio nei confronti dell'equilibrio economico del fornitore.

L'Autorità si esprime con favore al riferimento, alla lett. *e*) del comma 2 dell'art. 9, alla tematicità del palinsesto – proposta avanzata da **CRTV** – considerando che ciò sia coerente con la richiesta, da ritenersi pure accoglibile, propugnata dalla stessa società e a. di modificare la definizione di canale tematico [si veda l'art. 1, lett. *o*]).

### **Comma 3**

In merito alla proposta avanzata da **ANICA** sulla ricezione di informative sui procedimenti di deroga e di partecipazione al procedimento si ritiene di non accoglierla, in quanto configurerebbe un controllo generalizzato sull'attività dell'Autorità, ma di specificare, tuttavia, al comma 6 che le associazioni di categoria sono tra i soggetti cui l'autorità può inviare richieste di informazione nel corso dei procedimenti e vengono ora esplicitamente menzionate.

### **Comma 6**

In merito alle proposte avanzate dagli operatori, l'Autorità ritiene entrambe non accoglibili, e ciò, nel caso di **Sky**, in analogia con quanto ritenuto sull'eliminazione del comma 7, art. 8.

### **Comma 7**

L'Autorità ritiene migliorativa e pertanto ritiene accoglibile la proposta emendativa formulata da **APA** in quanto laddove il prodotto non fosse già disponibile il fornitore si può comunque approvvigionare nel tempo con pre-acquisti, produzioni o co-produzioni di opere audiovisive europee, ivi incluse le opere di espressione originale italiana ovunque prodotte.

## **Titolo V**

### **Vigilanza e controllo**

#### **Art. 10**

#### **Modelli per la trasmissione dei dati**

##### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

Con riferimento all'art. 10, **MPA** suggerisce di proteggere la riservatezza dei dati che l'Autorità riceve dagli operatori attraverso i Modelli Q elaborandoli "in forma anonima e aggregata, che non consenta di ricondurre i dati a uno specifico fornitore", in quanto gli stessi rappresentano segreti aziendali e commerciali delle società, e sono pertanto estremamente confidenziali.

##### **Inserimento nuovo comma (3)**

Con riferimento all'attività che l'Autorità svolge in materia di vigilanza e controllo degli obblighi di investimento cui i fornitori di servizi media audiovisivi stabiliti in Italia sono tenuti, si segnala la richiesta formulata da **Amazon**, consistente nell'estensione di tale attività di vigilanza anche ai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta che hanno la responsabilità editoriale di offerte rivolte ai consumatori in Italia, anche se operanti in altro Stato membro.

##### **Osservazioni dell'Autorità**

Con riferimento all'art. 10, l'Autorità ritiene la proposta formulata da **MPA** non coerente con i fini perseguiti dallo schema di Regolamento.

##### **Inserimento nuovo comma (3)**

Con riferimento all'articolo 10, appare degna di accoglimento la proposta emendativa formulata da **Amazon**. L'Autorità propone quindi l'inserimento di un nuovo comma, finalizzato a stabilire le modalità di comunicazione degli investimenti da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi non stabiliti in Italia per il tramite dell'organismo di vigilanza preposto presente nello Stato membro dove il servizio è stabilito, ovvero anche per il tramite dello *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA) di cui all'articolo 30-ter della direttiva 2018/1808/UE sui servizi di media audiovisivi.

In coerenza con quanto si propone di accogliere all'art. 10, sarà opportuno inserire il riferimento ai fornitori di servizi di media audiovisivi non stabiliti in Italia anche all'art. 11, comma 1, nella parte che tratta delle verifiche degli obblighi di cui sopra.

## Art. 11

### Verifica degli obblighi di riserva di programmazione e di investimento

#### Le posizioni dei soggetti intervenuti

##### Commi 2 e 3

In relazione all'art. 11, commi 2 e 3, **CRTV e RTI**, relativi all'invio dei Modelli Q osservano che al fornitore dovrebbe essere concessa la possibilità di presentare proprie controdeduzioni rispetto alle eventuali oscillazioni in difetto ravvisate dall'Autorità, o comunque riguardo a rettifiche ravvisate dall'Autorità rispetto a dati comunicati, al fine di garantire il rispetto del principio del contraddittorio tra le parti interessate.

##### Comma 6

In merito all'art. 11, comma 6, **APA** richiede di modificare il comma inserendo, nell'ambito della verifica degli obblighi di riserva di programmazione e di investimento, il riferimento al coinvolgimento delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative.

##### Comma 8

Con riferimento all'art. 11, comma 8, **Amazon** suggerisce di proteggere maggiormente la riservatezza di dati o informazioni che l'Autorità possa condividere con i ministeri competenti – Ministero delle imprese e del *made in Italy* e Ministero della cultura - in occasione degli scambi di informazioni previsti fra le istituzioni “elaborando i dati ricevuti dagli operatori in forma anonima o aggregata”. **Netflix** osserva che la collocazione del comma facente riferimento allo scambio di informazioni non dovrebbe essere inserita nell'articolo sulla verifica del rispetto degli obblighi da parte operatori, in quanto proprio la collocazione potrebbe dare luogo ad ambiguità, portando a dubbi interpretativi sulla portata della norma.

#### Osservazioni dell'Autorità

##### Commi 2 e 3

Con riferimento alle osservazioni delle due società sui commi 2 e 3, l'Autorità considera che l'articolo 11 dello schema di Regolamento rinvia alla delibera n. 410/14/CONS, recante “Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni” le cui disposizioni si applicano integralmente con tutte le garanzie procedurali e la possibilità di presentare memorie e controdeduzioni. Quanto alla possibilità di prevedere una fase interlocutoria antecedente l'avvio di un procedimento sanzionatorio, l'Autorità ritiene che la proposta avanzata da **RTI e CRTV** sia accoglibile e che la relativa previsione possa agevolmente includersi nel comma 2. Si ritiene quindi che ciò rappresenti un intervento migliorativo dell'impianto delineato nello schema di

Regolamento, in coerenza con un sistema sanzionatorio che si ispira al principio di gradualità, in base al quale le sanzioni si inaspriscono in modo progressivo. Giova segnalare, inoltre, che, a seguito del mancato recupero dell'oscillazione in difetto e prima dell'avvio del procedimento sanzionatorio, l'Autorità invia un richiamo formale invitando il soggetto a trasmettere eventuali elementi giustificativi.

#### **Comma 6**

In merito alla richiesta avanzata da **APA** l'Autorità ritiene la stessa non coerente con i fini perseguiti dallo schema di Regolamento.

#### **Comma 8**

In merito alle osservazioni formulate dalle società l'Autorità non ritiene di formulare ulteriori valutazioni.

### **Art. 12**

#### **Sanzioni**

#### **Le posizioni dei soggetti intervenuti**

##### **Comma 4**

**TIM** osserva che risulta poco chiara la formulazione di cui all'ultima parte del comma laddove, nella determinazione dell'importo della sanzione, l'Autorità tiene conto degli elementi forniti nell'allegato alla delibera n. 265/15/CONS, recante "*Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie*", nonché della differenziazione tra obblighi di programmazione e obblighi di investimento. La società chiede in cosa consista chiaramente tale differenziazione fra gli obblighi e in che modo incida ai fini della determinazione di una eventuale sanzione.

#### **Osservazioni dell'Autorità**

##### **Comma 4**

In merito all'osservazione formulata dalla società l'Autorità chiarisce che il comma è coerente con quanto disposto dall'art. 56, c. 1 lett. f) del Tusma ai sensi del quale "le sanzioni medesime (sono prescritte) sulla base dei principi di ragionevolezza, proporzionalità e adeguatezza, anche tenuto conto della differenziazione tra obblighi di programmazione e obblighi di investimento", la quale sarà debitamente valutata dal regolatore.

RITENUTO, pertanto, che, a seguito dei rilievi formulati nell'ambito della consultazione pubblica dai soggetti intervenuti, nonché degli orientamenti espressi in

proposito dall’Autorità, di approvare il seguente schema di regolamento, recante le seguenti modifiche rispetto al testo posto in consultazione, unitamente a modifiche di riallineamento dei riferimenti a commi e articoli:

- all’art. 1, comma 1, lett. *f*), la definizione di “opere cinematografiche di espressione originale italiana” è stata soppressa; l’ordine delle lettere contenenti le definizioni è stato di conseguenza aggiornato;
- all’art. 1, comma 1, lett. *n*) - già lettera *o*) nello schema sottoposto a consultazione - è stato aggiunto “o a un genere di programmazione” ed è stato specificato “o target di utenza”;
- all’art. 3, comma 2, è stato eliminato il riferimento all’omologo documento per produttori stabiliti in altro Stato membro;
- all’art. 3, comma 6, è stato eliminato il riferimento alle attività dirette alla realizzazione dell’edizione italiana delle opere stesse;
- all’art. 4, comma 3, è stata eliminata l’espressione “ai sensi dell’art. 1, comma 1, lett. *f*)” essendo stata soppressa la definizione cui si faceva riferimento;
- all’art. 4, comma 4, la percentuale è stata abbassata al 2 per cento delle ore assoggettabili;
- all’art. 5, comma 3, secondo periodo, è stato aggiunto “approvato” ed è stato cassato “disponibile”;
- all’art. 5 comma 3, terzo periodo, è stato aggiunto “dell’anno in cui sono computati gli investimenti”;
- all’art. 5, comma 3, lett. *a*) è stata aggiunta l’espressione “esclusi i proventi derivanti dalla vendita di beni e servizi”;
- all’art. 5, comma 5, al terzo periodo è stata aggiunta l’espressione “e delle condizioni del mercato”;
- all’art. 5, comma 9, lett. *b*) è stata aggiunta l’espressione “televendite e sponsorizzazioni”;
- all’art. 5, comma 13, è stata aggiunta l’espressione “ancorché non soggette alla giurisdizione italiana”;
- all’art. 5, comma 14, è stato soppresso;
- l’art. 6, comma 1, è stato modificato per includere esplicitamente i servizi di media a richiesta forniti dalla concessionaria del servizio pubblico;
- l’art. 6, comma 2, è stato parzialmente riformulato per rendere la norma di più semplice lettura;
- all’art. 7, comma 1, è stato corretto il riferimento ai valori percentuali delle sottoquote alle opere cinematografiche di espressione originale italiana recenti;

- l'art. 7, comma 2, è stato modificato per specificare gli introiti netti annui, per garantire uniformità di trattamento tra servizi lineari e non lineari;
- l'art. 7, comma 3, è stato modificato spostando nella sezione sulla vigilanza la relativa previsione sull'acquisizione delle informazioni sugli introiti netti annui realizzati in Italia da fornitore stabilito in altro Stato membro;
- l'art. 7, comma 4, è stato modificato per includere i ricavi di servizi lineari e non fornitori dal medesimo fornitore;
- all'art. 7 sono stati inseriti i nuovi commi 5 (sugli investimenti infragruppo) e 6 (sui fornitori di servizi a richiesta che conseguono da questi 80% degli introiti netti);
- il contenuto dell'art. 8, comma 1, lett. a) è stato riportato nel comma 1, sopprimendo la lettera a) e modificando la quantificazione della soglia di fatturato di modesta entità da 2 a 5 milioni di euro;
- l'art. 8, comma 1, lett. b) è stato soppresso;
- l'art. 8, comma 3, è stato modificato nel senso di eliminare “lett. a) ovvero lett. b)”;
- all'art. 8, comma 8, il termine “presentazione” è stato sostituito da “acquisizione”;
- all'art. 9, comma 1, lett. b) la cifra “4” (milioni di euro) è stata sostituita dal numero “10”;
- all'art. 9, comma 2, lett. b) l'espressione “dell'azienda” è stata sostituita da “del servizio, o economico ed editoriale del singolo palinsesto o catalogo”;
- all'art. 9, comma 2, lett. e) fra le parole “l'effettiva disponibilità sul mercato delle stesse” e “anche con riferimento alla capacità” è stata inserita l'espressione “e la loro coerenza con la tematicità del palinsesto”;
- all'art. 9, comma 7, è stata inserita l'espressione “e/o le attività intraprese dal soggetto istante per acquistare, pre-acquistare, produrre o co-produrre opere audiovisive compatibili con la linea editoriale del palinsesto o del catalogo”;
- all'art. 9, comma 8, il termine “presentazione” è stato sostituito da “acquisizione”;
- all'art. 10, comma 2, lett. a) è stata inserita l'espressione “e dei titoli”;
- all'art. 10 è stato inserito un nuovo comma 3, in cui sono state spostate alcune previsioni prima riportate all'art. 7, comma 2;
- all'art. 11, comma 2, dopo le parole “Modelli Q,” sono state aggiunte le parole “previo contraddittorio”;
- all'art. 11, comma 8, le parole “dello sviluppo economico” sono state sostituite da “delle imprese e del *made in Italy*”;

CONSIDERATO che, con riferimento alla vigenza delle deroghe concesse in data antecedente rispetto all'entrata in vigore del presente Schema di regolamento, si ritiene di dover confermare la validità di quelle relative agli obblighi previgenti che sono stati confermati dal *Decreto*, sia pur con quote elevate in valore. Le nuove percentuali di riserva, relative agli obblighi che sono rimasti immutati rispetto al vecchio quadro normativo di riferimento, sono state innalzate in valore, pertanto, appare ragionevole ritenere che i requisiti oggettivi posti alla base del rilascio dei regimi derogatori in essere sino ad oggi, siano oltremodo validi in un contesto caratterizzato da un livello più elevato di quote di riferimento. Tutto ciò premesso, per le deroghe concesse a tempo e scadute, così come per le nuove obbligazioni introdotte dal *Decreto*, i soggetti interessati, ove ne ricorrano i requisiti, dovranno procedere alla presentazione di nuove istanze;

UDITA la relazione del Commissario Antonello Giacomelli, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

## **DELIBERA**

### **Art. 1**

1. È approvato il “*Regolamento in materia di obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti*”, di cui all'Allegato A alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante e sostanziale. La definizione dei criteri tecnici ed editoriali di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta di cui all'art. 55, comma 7, del Testo unico, è riportata nell'Allegato B alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante e sostanziale.
2. La presente delibera abroga le delibere n. 595/18/CONS e n. 24/19/CONS.

Il presente provvedimento può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla pubblicazione dello stesso.

La presente delibera, unitamente all'Allegato A e all'Allegato B, è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 14 dicembre 2022

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE  
Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato  
IL SEGRETARIO GENERALE  
Giulietta Gamba