



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Allegato A alla Delibera n. 149/15/CONS del 25 marzo 2015

Definizione dei criteri tecnici ed editoriali di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta di cui all'art. 4-bis, comma 1-bis, del Regolamento allegato alla delibera n. 66/09/CONS.

1. I criteri di messa in rilievo che i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta possono scegliere di dare alle opere europee secondo le modalità di applicazione di cui al presente provvedimento, ai sensi dell'art. 4-bis, comma 1-bis, del Regolamento di cui alla delibera n. 66/09/CONS, sono graduati attribuendo a ciascuno un valore numerico.
2. Nessun criterio è condizione necessaria per conseguire il regime di riduzione previsto all'articolo 4-bis, comma 1-bis, del Regolamento opere europee.
3. La riduzione di cui al citato comma 1-bis dell'art. 4-bis del *Regolamento opere europee* può essere conseguita mediante il raggiungimento di quattro soglie di riportate nella tabella 1, corrispondenti a un punteggio che può essere raggiunto dal fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta scegliendo liberamente tra i criteri esposti nella tabella 2.

Tab. 1: Soglie di riduzione delle quote a regime di cui all'art. 4-bis del Regolamento adottato con delibera n. 66/09/CONS

Punteggio	11-12	13-20	21-27	Da 28
Soglia riduzione	10%	12%	15%	20%
Valore assoluto quota di presenza in catalogo con la riduzione	18%	17,6%	17%	16%
Valore assoluto quota di investimento con la riduzione	4,5%	4,4%	4,25%	4%

Tab. 2: Criteri di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta

n.	Criterio	Punteggio
1	Con riguardo al totale delle opere di un Catalogo alle quali viene data visibilità, almeno il 30% deve essere costituito da opere europee. Per	7



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

	“visibilità” si intende la messa in evidenza con le stesse modalità utilizzate per le altre opere (es. locandine, titoli, <i>trailer</i> , ecc.). Ove siano utilizzate più modalità di messa in evidenza delle opere, il fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> potrà raggiungere tale soglia percentuale complessivamente utilizzando, a propria scelta, una o più delle modalità impiegate.	
2	Alla stessa stregua, tra le opere cui si dà rilievo nelle sezioni principali in cui è suddiviso il Catalogo, garantire la visibilità di almeno il 20% di opere europee, ove queste siano già presenti in Catalogo.	7
3	Realizzazione, almeno una volta l’anno, di un’operazione-evento (della durata di circa 1 mese) che preveda, secondo modalità e formule editoriali ritenute più opportune dal fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> , una rassegna unicamente dedicata e/o composta ad opere europee e promossa attraverso i <i>social network</i> . A titolo esemplificativo, ove un fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> realizzi un catalogo che preveda più di una sezione, lo stesso potrà realizzare tale operazione creando una sezione identificabile nello stesso servizio; ove abbia invece una sola sezione, potrà elaborare altre formule di presentazione dell’operazione evento. L’operazione potrebbe essere incentrata su temi o altro criterio editoriale che il fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> potrà liberamente individuare nell’ambito della propria autonomia editoriale.	6
4	Promozione multiplatforma (a titolo esemplificativo e non esaustivo: TV, radio, riviste di settore) e nei canali vetrina del fornitore del servizio <i>on demand</i> . Sul totale dei contenuti del servizio <i>on demand</i> promosso durante l’anno con questa modalità, almeno il 20% deve essere costituito da opere europee.	5
5	Diffusione, in media una volta al mese, di brevi filmati promozionali e/o <i>trailer</i> collocati nei cataloghi prima della visione di determinati contenuti, volti ad incentivare la visione di opere europee contenute nel catalogo (a titolo esemplificativo e non esaustivo: promo di cofanetti di serie televisive)	5
6	Utilizzo dei <i>social media</i> per promuovere le opere europee, mettendole in evidenza ogni volta che si lancia una campagna promozionale nuova	5



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

	sul proprio catalogo. Questo criterio sarà applicabile solo nel caso in cui la promozione ora detta avvenga ogni qualvolta sia lanciata, attraverso i <i>social media</i> , una nuova campagna promozionale relativa al catalogo	
7	Suggerimenti proposti agli utenti, sulla base delle loro visualizzazioni passate, di almeno il 20% di opere europee (es. “hai visto questo, potrebbe piacerti anche...”)	5
8	Presenza di opere europee in “operazioni tematiche” che includano sia opere europee che opere non europee secondo modalità e formule lasciate all’autonomia editoriale/creativa dell’editore del servizio	4
9	Presenza fissa in <i>homepage</i> di una sezione dedicata e/o <i>banner</i> che rimanda a una sezione in cui è possibile trovare tutte le opere europee presenti nel catalogo	4
10	Promozione delle opere europee nelle comunicazioni inviate agli utenti contenenti informazioni e/o promozioni sui programmi del servizio di media audiovisivo a richiesta. Almeno il 30% del numero totale di opere audiovisive descritte o messe in evidenza in tali comunicazioni deve essere costituita da opere europee.	4
11	Previsione di un periodo congruo di entrata e uscita dal catalogo per le opere europee. Per “periodo di permanenza congruo” si intendono almeno 7 giorni, salvo che siano imposte particolari restrizioni temporali dell’utilizzo on demand dal licenziante del singolo fornitore di servizi di media audiovisivi on demand, nel qual caso il fornitore VOD potrà avvalersi di questa opzione comprovando, anche mediante apposita dichiarazione, per quali opere sussiste la limitazione ora detta.	3
12	Rassegna di articoli/recensioni o informazioni, critiche cinematografiche, approfondimenti relativi alle opere europee, oppure, in alternativa: per le OE in evidenza individuare un set di informazioni sintetiche basate sulle valutazioni e recensioni uscite sui media (ad esempio, stelletto o voti del pubblico e della critica)	3



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

13	Strumenti di ricerca avanzata (libera e con filtri) per una selezione mirata dei contenuti audiovisivi che garantiscano la possibilità di effettuare una ricerca per nazionalità delle opere presenti nell'intero catalogo.	3
14	Evidenziazione della provenienza europea delle opere nelle informazioni di base o sinossi relative alle opere messe a disposizione (ad es. evidenziazione della parola ITALIA o dell'abbreviazione ITA)	3