



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Allegato B

alla delibera n. 184/18/CONS dell'11 aprile 2018

Definizione dei criteri tecnici ed editoriali di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta di cui all'art. 44-*quater*, commi 3 e 4, del Testo unico

1. I fornitori di servizi media audiovisivi a richiesta, indipendentemente dagli eventuali metodi, procedimenti o algoritmi usati dai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta per la personalizzazione dei profili degli utenti, sono tenuti a dare rilievo alle opere europee presenti nei cataloghi offerti rispettando congiuntamente le seguenti modalità, facendo riferimento ai criteri indicati nella Tabella 1:
 - a) predisposizione nei propri cataloghi di una sezione dedicata nella pagina principale di accesso o una specifica categoria per la ricerca delle opere europee;
 - b) riserva di una quota alle opere europee nelle campagne pubblicitarie o di promozione dei servizi forniti.
2. I criteri di messa in rilievo che i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti a dare alle opere europee secondo le modalità di applicazione di cui al presente allegato tecnico sono indicati nella Tabella 1, e sono graduati attribuendo a ciascuno un valore numerico.
3. Per la modalità di cui al punto 1, *lett. a)*, i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti ad adottare i criteri indicati nella Tabella 1, fino al raggiungimento di almeno 10 punti. Per la modalità di cui al punto 1, *lett. b)*, i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti ad adottare i criteri indicati nella Tabella 1, fino al raggiungimento di almeno 15 punti.

Tabella 1. Criteri di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta

Modalità a) predisposizione nei propri cataloghi di una sezione dedicata nella pagina principale di accesso o una specifica categoria per la ricerca delle opere europee		
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 “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	7



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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	Presenza fissa in <i>homepage</i> di una sezione dedicata e/o <i>banner</i> che rimandi a una sezione in cui è possibile trovare tutte le opere europee presenti nel Catalogo	4
4	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 <i>on demand</i> dal licenziante del singolo fornitore di servizi di media audiovisivi <i>on demand</i> , 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
5	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
6	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
Modalità b) riserva di una quota alle opere europee nelle campagne pubblicitarie o di promozione dei servizi forniti.		
n.	Criterio	Punteggio
1	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 a e/o composta da 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
2	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
3	Diffusione, in media una volta al mese, di brevi filmati promozionali e/o trailer collocati nei cataloghi prima della visione di determinati contenuti,	5



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

	volti ad incentivare la visione di opere europee contenute nel catalogo (a titolo esemplificativo e non esaustivo: promo di cofanetti di serie televisive)	
4	Utilizzo dei <i>social media</i> per promuovere le opere europee, mettendole in evidenza ogni volta che si lancia una campagna promozionale nuova sul proprio catalogo. Questo criterio sarà applicabile solo nel caso in cui la promozione del catalogo avvenga attraverso i <i>social media</i> .	5
5	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
6	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
7	Promozione delle opere europee nelle comunicazioni inviate agli utenti contenenti informazioni e/o promozioni sui programmi del servizio di <i>media</i> 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
8	Rassegna di articoli/recensioni o informazioni, critiche cinematografiche, approfondimenti relativi alle opere europee oppure, in alternativa, per le opere europee in evidenza nel catalogo, individuare un <i>set</i> di informazioni sintetiche basate sulle valutazioni e recensioni uscite sui media (ad esempio, stellette o voti del pubblico e della critica).	3