



**DIRETTIVA SULLA TELEVISIONE SENZA FRONTIERE  
LE OSSERVAZIONI DELL'ENPA AL PARLAMENTO EUROPEO**

In vista della consultazione pubblica sulla revisione della Direttiva Televisione senza frontiere che il Parlamento europeo terrà nei giorni 1 e 2 giugno 2006, l'ENPA (l'Associazione europea degli editori di quotidiani) ha messo a punto un documento di osservazioni che riassume le posizioni del settore.

**1. Campo di applicazione della proposta di direttiva**

Per quanto riguarda il campo di applicazione della direttiva, secondo l'ENPA i contenuti redazionali dei giornali, che rappresentano il nucleo fondamentale della loro attività, in tutte le possibili forme ne devono essere esclusi.

D'altra parte tale esclusione già contemplata dal considerando 15 della proposta elaborata dalla Commissione, si giustifica con l'esigenza di assicurare un quadro di certezza giuridica, a protezione della libertà di stampa contro ogni eventuale forma di controllo pubblico.

Desti perplessità l'ipotesi di estendere la sfera di applicazione della direttiva a tutti i servizi non lineari (vale a dire i servizi audiovisivi on demand la cui fruibilità dipende da scelte

esercitate dall'utente, contrapposti ai servizi lineari sui quali l'utente non esercita alcun controllo sui tempi di trasmissione). Per l'ENPA si tratta di un'estensione non necessaria, soprattutto perché sulla disciplina dei contenuti redazionali l'Unione Europea non ha alcuna competenza.

Se lo scopo della direttiva attualmente in vigore è la disciplina della televisione, i programmi audiovisivi lineari diffusi tramite internet possono essere regolamentati dalla direttiva in quanto essi hanno sul pubblico lo stesso impatto che hanno i programmi diffusi attraverso il mezzo televisivo tradizionale. Gli altri servizi audiovisivi, certamente, non hanno lo stesso impatto.

I giornali forniscono informazioni online utilizzando materiale audiovisivo e immagini come elemento accessorio dei contenuti redazionali. Si tratta di servizi il cui obiettivo principale non è quello di fornire suoni e immagini in movimento. L'ENPA richiede ai Parlamentari europei di mantenere l'attuale formulazione dei considerando 14 e 15 contenuti nella proposta di Direttiva elaborata dalla Commissione.

Inoltre, secondo l'art. 1, lettera a), della proposta di direttiva per servizio audiovisivo si intende quel tipo di servizio il cui scopo principale è quello di fornire immagini in movimento con o senza l'ausilio del suono. Lo scopo principale dei giornali non è e non sarà in futuro quello di fornire questa tipologia di servizi.

Pertanto, l'ENPA chiede ai Parlamentari europei di mantenere l'esclusione dei giornali dal campo di applicazione della Direttiva, così come previsto dal considerando 15.

## 2. Aspetti economici

### 2.1 Disciplina della pubblicità

Gli editori europei sono concordi nel ritenere che la direttiva TV senza frontiere debba garantire il principio della separazione tra pubblicità e contenuti redazionali, unitamente con l'altro principio della riconoscibilità dei messaggi pubblicitari così come garantito dall'art. 10, comma 1, della direttiva n. 89/552 del 3/10/1989, attualmente in vigore. Il Parlamento europeo dovrebbe pertanto introdurre il principio della separazione all'art. 3g, lettera a), del testo proposto dalla Commissione.

É inoltre essenziale mantenere il divieto sulla pubblicità ingannevole.

L'art. 10, comma 2, della proposta di direttiva recita che "gli spot televisivi e di televendita isolati, salvo che nei programmi sportivi, devono costituire eccezioni". Lo speciale trattamento previsto per i programmi sportivi nel nuovo testo non è condiviso dall'ENPA e comporta il rischio di alterazione dell'integrità redazionale.

Per quanto concerne le limitazioni orarie, il testo proposto dalla Commissione contiene notevoli ambiguità. Il riferimento è al considerando 44 e all'art. 18 della proposta di direttiva. A tale proposito l'ENPA invita i Parlamentari europei a mantenere il limite di 12 minuti di trasmissione oraria di pubblicità garantendo che tutte le forme di pubblicità, qualsiasi sia la loro durata, vi siano ricomprese (incluse le cosiddette "altre forme di pubblicità" come le telepromozioni che non sono

assoggettate ad alcuna limitazione nel testo proposto dalla Commissione).

L'ENPA propone pertanto di modificare il testo della proposta di revisione della direttiva Tv senza frontiere, con l'aggiunta del seguente articolo: "La proporzione di tempo di trasmissione destinata agli spot pubblicitari e alle altre forme di pubblicità incluse le telepromozioni e gli spot di televendita in una determinata ora d'orologio non deve superare il 20%".

## 2.2 Product placement

L'ENPA desidera evitare che la credibilità dei media possa essere incrinata. In particolare, ritiene che la tecnica del product placement, se ammessa in altri media, sarebbe preoccupante perché, ad esempio, potrebbe spingere gli inserzionisti pubblicitari ad estendere la loro influenza anche sui contenuti redazionali dei giornali.

Le organizzazioni che aderiscono all'ENPA sono tutte in favore della concorrenza con gli altri media e gli editori vogliono mantenere rapporti con gli inserzionisti, ma deve essere chiaro che l'integrità redazionale è un principio intangibile. L'ENPA invita pertanto i Parlamentari europei ad esaminare le indicazioni riportate di seguito.

- Il product placement è una tecnica che minaccia l'autonomia redazionale. E' convinzione dell'ENPA che i singoli Stati membri debbano essere in grado di continuare a vietare il product placement nelle loro legislazioni nazionali se lo vogliono, adducendo l'interesse al mantenimento dell'autonomia redazionale. I Parlamentari

europei dovrebbero perciò agire per il mantenimento dell'attuale disciplina sul product placement previsto dalla direttiva vigente, in considerazione del fatto che la maggior parte degli Stati membri considerano tale pratica alla stregua di pubblicità ingannevole.

- Il fatto che il pubblico venga informato soltanto all'inizio del programma che lo stesso contiene pubblicità in forma di product placement è una pratica informativa insufficiente in quanto non viene pienamente percepita dal pubblico. Dove il product placement già esiste, come in certi programmi di fiction (ad esempio programmi importati), esso dovrebbe essere disciplinato applicando i limiti orari di trasmissione ed essere simultaneamente riconoscibile come pubblicità.
- L'ENPA esprime inoltre grave preoccupazione per il fatto che la Commissione non abbia proposto alcuna soluzione sulle limitazioni applicabili al product placement in termini sia di durata che di frequenza.
- L'ENPA lamenta inoltre che la Commissione, all'art. 3h della proposta di direttiva, non ha sufficientemente chiarito la differenza tra sponsorizzazione e product placement.

Il Parlamento europeo e il Consiglio dovrebbero fornire elementi di distinzione più chiari. A tale proposito, l'ENPA propone di aggiungere il seguente art. 3h 1 (b):

"Le sponsorizzazioni non devono né direttamente né indirettamente stimolare l'acquisto o il noleggio di prodotti o servizi".

Se il testo proposto dalla Commissione non verrà cambiato nel senso indicato, si apre un varco perché gli sponsors possano influire sulle attività redazionali.

### 3. Aspetti non economici

#### 3.1 *Protezione dei minori e della dignità umana*

L'ENPA ritiene che le attuali disposizioni sulla protezione dei minori siano adeguate per garantire un'efficace tutela. Non si sente il bisogno di una disciplina più dettagliata a livello di Unione Europea, dal momento che i singoli Stati membri possono definire una disciplina più puntuale in base all'attuale quadro giuridico.

L'ENPA sostiene pienamente gli sforzi degli Stati membri diretti a garantire la protezione dei minori e gli editori sono consapevoli, anche in virtù di norme di autodisciplina, di quali siano i limiti accettabili senza rinunciare alla libertà di espressione.

- Ciò premesso, sarebbe molto importante inserire nel testo della direttiva, la proposta avanzata dalla Commissione di fare ricorso all'autodisciplina laddove possibile. L'ENPA chiede ai Parlamentari europei di reintrodurre all'art. 3, comma 3, il riconoscimento dell'autodisciplina insieme con le misure di corregolamentazione. L'ENPA sostiene che il ricorso all'autodisciplina sia auspicabile sia sul piano dei contenuti redazionali che di quelli commerciali in ogni occasione le circostanze lo consentano ed è proprio in funzione di questo obiettivo che essa aderisce allo

European Advertising Standards Alliance (EASA), operando per l'effettiva applicazione di sistemi di autodisciplina ovunque in Europa.

I membri dell'ENPA sono anche contrari ad ogni intervento pubblico sui contenuti redazionali, in particolare allorché simile intervento appaia come censura o spinga gli editori a praticare forme di autocensura.

- L'autodisciplina offre la migliore soluzione anche per il diritto di rettifica a quanti intendono esercitarlo per i servizi veicolati su internet e, in generale, dai new media.

Tale diritto sarebbe pressoché impossibile disciplinare efficacemente per legge soprattutto con riferimento ad internet.

- L'ENPA non vede la necessità di emanare ulteriori misure a livello europeo in materia di protezione della dignità umana. Si tratta di questione che, per quanto riguarda i contenuti redazionali, è di competenza dei singoli Stati membri. Ciò è stato riaffermato recentemente a livello di Unione europea nel corso del dibattito sulla proposta di direttiva per l'attuazione del principio del pari trattamento di uomini e donne nella domanda e nell'offerta di beni e servizi.

Il Trattato ha subito modifiche da questo punto di vista e i sistemi di autodisciplina sono in vigore.

### *3.2 Promozione della diversità culturale e del pluralismo*

Secondo l'ENPA, l'Unione europea non deve intervenire in tema di pluralismo dei media.

L'ENPA è favorevole alla posizione espressa dalla Commissione che ha dichiarato che il pluralismo dei media è materia che i singoli governi nazionali sono in grado di gestire meglio in sintonia con esigenze locali, ed ogni eventuale iniziativa dell'Unione europea nell'ambito della direttiva Tv senza frontiere non fornirebbe alcun valore aggiunto.

*Temi non trattati nell'audizione del Parlamento europeo che l'ENPA considera rilevanti.*

Il diritto di cronaca di eventi attuali

La direttiva Tv senza frontiere deve consentire a tutti i media che rientrano nel suo campo di applicazione di operare fornendo la cronaca di tutti gli eventi, garantendo in tal modo il diritto del pubblico all'informazione.

L'ENPA esprime peraltro preoccupazioni sul testo proposto dalla Commissione laddove, all'art. 3 e nei considerando annessi, si va oltre la disciplina contenuta nella precedente direttiva riconoscendo esplicitamente la validità di ogni contratto di esclusiva riguardante i diritti di trattamento di eventi di pubblico interesse (considerando 26, primo periodo, del testo proposto dalla Commissione).





Il testo della Commissione introduce anche un limite di durata di 90 secondi per brevi estratti di tali eventi coperti da diritto di esclusiva.

Anche se i giornali non rientrano nel campo di applicazione della direttiva, gli editori sono molto preoccupati per questo tipo di restrizioni che possono avere un impatto negativo molto più esteso incidendo sulla capacità dei media di negoziare l'accesso ad eventi soggetti a diritti di esclusiva. L'ENPA potrebbe giustificare l'eventuale fissazione da parte della Commissione di un limite minimo per l'accesso, ma non di un limite massimo così restrittivo.

L'ENPA invita pertanto il Parlamento europeo ad intervenire perché i diritti di esclusiva concessi alle emittenti non restringano il diritto di accesso degli altri media, inclusi quei media che, come i giornali, sono fuori dal campo di applicazione della direttiva.

29.05.2006