

PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

Commissione per la cultura e l'istruzione

27.9.2006

PE 378.764v01-00

EMENDAMENTI 592-678

Progetto di relazione di Ruth Hieronymi

(PE 376.676v01-00)

Modifica della direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive

Proposta di direttiva (COM(2005)0646 – C6-0443/2005 – 2005/0260(COD) – atto modificativo)

Testo della Commissione

Emendamenti del Parlamento

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 592
ARTICOLO 1, PUNTO 5
Articolo 3, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

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

"2. Gli Stati membri assicurano con i mezzi appropriati, ***anche mediante l'introduzione di adeguate sanzioni commisurate ai benefici eventuali ricavati dalla violazione delle disposizioni previste***, nell'ambito della loro legislazione ***e in conformità delle vigenti procedure di controllo di provata efficacia nei singoli Stati membri***, che i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva. ***Le sanzioni economiche devono in ogni modo rappresentare un deterrente decisivo affinché le violazioni e le reiterazioni***

AM\631749IT.doc

PE 378.764v01-00

restino un'eccezione."

Or. it

Motivazione

Le sanzioni dovrebbero essere tali da rappresentare per gli operatori un deterrente efficace. In particolare, lo strumento sanzionatorio dovrebbe prevedere, in primo luogo, l'annullamento del beneficio presunto e/o accertato derivante dalla violazione e, in seconda battuta, in modo complementare e non alternativo, si dovrebbero introdurre adeguate sanzioni pecuniarie, tali da dissuadere ulteriori violazioni e reiterazioni.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 593

ARTICOLO 1, PUNTO 6 BIS (nuovo)
Articolo 4 (direttiva 89/552/CEE)

6 bis) L'articolo 4 è soppresso.

Or. es

Motivazione

Le quote incidono sulla libertà di programmazione delle emittenti radiotelevisive. L'era digitale favorisce il pluralismo e la possibilità di scelta da parte dello spettatore, rendendo dunque obsoleta la fissazione di quote. Sono gli interessi degli utenti, e non quelli del legislatore, a determinare l'offerta dei fornitori di servizi.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 594

ARTICOLO 1, PUNTO 6 BIS (nuovo)
Articolo 4 (direttiva 89/552/CEE)

6 bis) L'articolo 4 è soppresso.

Or. en

Motivazione

Considerata la maggiore diversificazione assicurata da una più ampia gamma di servizi, la previsione di quote diviene superflua. Esistono mezzi più efficaci per incentivare la produzione e la trasmissione di opere europee.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 595
ARTICOLO 1, PUNTO 6 TER (nuovo)
Articolo 5 (direttiva 89/552/CEE)

6 ter) L'articolo 5 è soppresso.

Or. es

Motivazione

Le quote incidono sulla libertà di programmazione delle emittenti radiotelevisive. L'era digitale favorisce il pluralismo e la possibilità di scelta da parte dello spettatore, rendendo dunque obsoleta la fissazione di quote. Sono gli interessi degli utenti, e non quelli del legislatore, a determinare l'offerta dei fornitori di servizi.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 596
ARTICOLO 1, PUNTO 6 TER (nuovo)
Articolo 5 (direttiva 89/552/CEE)

6 ter) L'articolo 5 è soppresso.

Or. en

Motivazione

Considerata la maggiore diversificazione assicurata da una più ampia gamma di servizi, la previsione di quote diviene superflua. Esistono mezzi più efficaci per incentivare la produzione e la trasmissione di opere europee.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 597
ARTICOLO 1, PUNTO 6 TER (nuovo)
Articolo 5 (direttiva 89/552/CEE)

6 ter) L'articolo 5 è soppresso.

Or. en

Motivazione

Non occorre una quota per le produzioni europee.

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 598
ARTICOLO 1, PUNTO 7, LETTERA A BIS (nuova)
Articolo 6, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

a bis) Al paragrafo 1, è aggiunta la seguente lettera d):

"Gli Stati membri, nel definire la nozione di "produttore indipendente", tengono adeguatamente conto dei quattro criteri seguenti:

la proprietà e i diritti proprietari della società di produzione, il numero dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari."

Or. en

Motivazione

Ai fini di una valutazione realistica delle opere dei produttori indipendenti riveste particolare importanza la ripartizione dei diritti di proprietà e di trasmissione. Anche la proprietà della stessa società di produzione è un elemento essenziale ai fini dell'indipendenza.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 599
ARTICOLO 1, PUNTO 9

Articolo 10, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **ed essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici.**"

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **e distinguibili dal contenuto editoriale.**"

Or. es

Motivazione

Gli spot isolati non interferiscono sul corso dei programmi. Inoltre, gli spettatori li preferiscono alle interruzioni pubblicitarie di maggiore durata.

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Jean-Luc Bennahmias

Emendamento 600
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **ed essere** nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici."

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **e distinguibili dal contenuto editoriale. Fermo restando l'uso di nuove tecniche pubblicitarie, la pubblicità televisiva e le televendite devono essere** nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici **e/o spaziali.**"

Or. en

Motivazione

Occorre una protezione del consumatore trasparente ed efficace, in modo che sia possibile distinguere tali forme di pubblicità dal contenuto editoriale.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 601
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **ed**

"1. La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili **e**

essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici."

distinguibili dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici. **La pubblicità televisiva e le televendite non devono interferire con l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media audiovisivi né fuorviare il telespettatore.**"

Or. en

Motivazione

Il principio di trasparenza e di identificazione garantisce che le comunicazioni commerciali siano riconoscibili in quanto tali e lascia spazio allo sviluppo di nuove tecniche pubblicitarie.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 602
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. La pubblicità televisiva *e* le televendite devono essere chiaramente riconoscibili ed essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici."

"1. La pubblicità televisiva, le televendite *e le telepromozioni* devono essere chiaramente riconoscibili ed essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici. **Le telepromozioni non possono essere condotte dai presentatori e dai personaggi dei servizi di media audiovisivi in onda.**"

Or. it

Motivazione

Come indicato nell'emendamento 1, anche le telepromozioni devono essere disciplinate dalla direttiva.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 603
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, esclusi quelli

soppresso

inseriti nei programmi sportivi."

Or. es

Motivazione

Gli spot isolati non interferiscono sul corso dei programmi. Inoltre, gli spettatori li preferiscono alle interruzioni pubblicitarie di maggiore durata.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 604
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

***"2. Gli spot pubblicitari e di televendita
isolati restano un'eccezione, esclusi quelli
inseriti nei programmi sportivi."*** ***soppresso***

Or. en

Motivazione

Sulle piattaforme diverse dalla TV tradizionale, l'accesso ai contenuti è di solito caratterizzato da brevi periodi, per cui è essenziale permettere brevi interruzioni pubblicitarie adatte a queste nuove forme di distribuzione.

Emendamento presentato da Karsten Friedrich Hoppenstedt

Emendamento 605
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

**"2. Gli spot pubblicitari e di televendita *soppresso*
isolati restano un'eccezione, esclusi quelli
inseriti nei programmi sportivi."**

Or. de

Motivazione

Diversamente dai blocchi pubblicitari fissi, gli spot isolati possono essere inseriti può agevolmente nel corso del programma e risultano meno fastidiosi per lo spettatore, come dimostrano studi recenti. Data la crescente pressione economica cui sono soggette le emittenti televisive, è opportuno autorizzare chiaramente gli spot isolati. In questo modo si contrasta la concentrazione sull'offerta a pagamento (pay per view) e si promuove la diversità del panorama mediatico europeo.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 606
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

**"2. Gli spot pubblicitari e di televendita *soppresso*
isolati restano un'eccezione, esclusi quelli
inseriti nei programmi sportivi."**

Or. en

Motivazione

Occorre eliminare le restrizioni alla pubblicità per consentire ai fornitori di servizi di media europei di competere meglio e di mantenere i propri utili al fine di operare finanziamenti e investimenti in contenuti audiovisivi europei. Il consumatore è il miglior regolatore della quantità e del tipo di pubblicità.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 607
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, ***esclusi quelli inseriti nei programmi sportivi.***"

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione."

Or. it

Emendamento presentato da Helga Trüpel e Monica Frassoni

Emendamento 608
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, ***esclusi quelli inseriti nei programmi sportivi.***"

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione."

Or. en

Motivazione

Gli spot pubblicitari e di televendita isolati devono rimanere l'eccezione; altrimenti l'integrità dei lavori audiovisivi europei rischia di essere messa a repentaglio.

Emendamento presentato da Manolis Mavrommatis

Emendamento 609
ARTICOLO 1, PUNTO 9
Articolo 10, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, esclusi quelli inseriti ***nei programmi sportivi.***"

"2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati restano un'eccezione, esclusi quelli inseriti ***nella trasmissione di manifestazioni sportive.***"

Or. el

Motivazione

Questi spot dovrebbero essere riservati alla trasmissione di manifestazioni sportive (inserendoli nelle pause naturali) e non ai programmi di contenuto sportivo in generale.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 610
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto." *soppresso*

Or. de

Motivazione

Le limitazioni quantitative della pubblicità non sono uno strumento legittimo per orientare la programmazione. Il divieto di interruzioni pubblicitarie per i programmi a carattere religioso non ha apportato a questi ultimi alcun vantaggio decisivo in passato e va inoltre respinto in un'ottica laica.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 611
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto."

"1. La pubblicità e gli spot di televendita sono inseriti tra i programmi. Purché ricorrano le condizioni di cui al paragrafo 2, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma - tenuto conto degli intervalli naturali dello stesso e della sua durata e natura - in modo tale che non siano pregiudicati i diritti degli aventi diritto."

Or. fr

Motivazione

È necessario mantenere il principio degli inserimenti pubblicitari e delle televendite tra un programma e l'altro. Quando tali inserimenti intervengono nel corso dei programmi, essi debbono garantire l'integrità e il valore degli stessi, nel rispetto dei diritti degli aventi diritto.

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 612

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto."

"1. La pubblicità e gli spot di televendita sono inseriti tra i programmi. Purché ricorrano le condizioni di cui al paragrafo 2, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma in modo tale che non ne siano pregiudicati l'integrità - tenuto conto degli intervalli naturali dello stesso - e i diritti degli aventi diritto."

Or. fr

Motivazione

Il sostanziale allentamento del disposto dell'articolo 11 proposto dalla Commissione finirebbe per rimettere seriamente in discussione l'equilibrio attualmente raggiunto tra il necessario finanziamento dei programmi, la qualità della visione per i telespettatori, la qualità dei programmi trasmessi e il rispetto delle opere. Sembra tuttavia legittimo consentire alle emittenti televisive di beneficiare di una maggiore flessibilità per quanto riguarda l'inserimento di messaggi pubblicitari nei loro programmi.

Di conseguenza, sulla falsariga del principio della separazione della pubblicità dal resto del programma, il principio – altrettanto fondamentale – dell'inserimento della pubblicità tra una trasmissione e l'altra necessita di essere sancito espressamente. La proposta è pertanto volta a mantenere sostanzialmente l'attuale paragrafo 1 dell'articolo 11, conservando in particolare il criterio degli "intervalli naturali del programma", che consente di evitare interruzioni improvvise o premature.

Il secondo comma del paragrafo 2 dell'articolo 11 rappresenta un compromesso tra la necessità di mantenere la qualità e l'integrità di tutti i programmi, in particolare le serie, i romanzi a puntate, i programmi d'intrattenimento e i documentari, e la legittimità di offrire alle emittenti televisive una maggiore flessibilità, sostituendo il criterio dei 20 minuti con quello delle tre interruzioni per ora d'orologio.

Il terzo comma del paragrafo 2 dell'articolo 11 è volto a disciplinare la trasmissione delle manifestazioni sportive, la cui natura imprevedibile giustifica un regime specifico per non privare i telespettatori delle varie fasi di gioco.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 613
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. ***Gli Stati membri assicurano che, in caso di*** interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite ***restino impregiudicati*** l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto."

"1. ***Non sono consentite*** interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite ***che pregiudichino*** l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto."

Or. it

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez e Claire Gibault

Emendamento 614
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. ***Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite*** restino impregiudicati ***l'integrità dei programmi e i*** diritti degli aventi diritto."

"1. ***La pubblicità e gli spot di televendita sono inseriti tra i programmi. Purché ricorrano le condizioni di cui al paragrafo 2, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma in modo tale che non ne siano pregiudicati l'integrità - tenuto conto degli intervalli naturali dello stesso - e i*** diritti degli aventi diritto."

Or. fr

Motivazione

Il sostanziale allentamento del disposto dell'articolo 11 proposto dalla Commissione finirebbe per rimettere seriamente in discussione l'equilibrio attualmente raggiunto tra il necessario finanziamento dei programmi, la qualità della visione per i telespettatori, la qualità dei programmi trasmessi e il rispetto delle opere. Sembra tuttavia legittimo consentire alle emittenti televisive di beneficiare di una maggiore flessibilità per quanto riguarda l'inserimento di messaggi pubblicitari.

Amendment by Jean-Luc Bennahmias e Carl Schlyter

Emendamento 615
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto."

"1. **La pubblicità e le televendite sono di norma inseriti tra un programma e l'altro.** Gli Stati membri assicurano che, in caso di interruzioni dei programmi con pubblicità o televendite restino impregiudicati l'integrità dei programmi e i diritti degli aventi diritto, **ivi compresi i diritti morali degli autori, dal momento che le interruzioni pubblicitarie senza il consenso dell'autore costituiscono una violazione dei suoi diritti morali.**"

Or. en

Motivazione

Per proteggere l'integrità delle opere europee e salvaguardare la diversità culturale, è necessario evitare che durante la trasmissione di opere audiovisive vengano inseriti troppi spot pubblicitari.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 616
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 1, comma 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"Nei programmi composti da parti autonome o in programmi sportivi, nelle cronache e negli spettacoli di analoga struttura comprendenti degli intervalli, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti soltanto tra le parti autonome e negli intervalli."

Or. it

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e

Lilli Gruber

Emendamento 617

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 1, comma 1 ter (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"Quando programmi diversi da quelli di cui al paragrafo 2 sono interrotti dalla pubblicità o da spot di televendita, devono trascorrere almeno venti minuti tra ogni successiva interruzione all'interno del programma."

Or. it

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 618

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

soppresso

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. en

Motivazione

Occorre eliminare le restrizioni alla pubblicità per consentire ai fornitori di servizi di media europei di competere meglio e di mantenere i propri utili al fine di operare finanziamenti e investimenti in contenuti audiovisivi europei.

È il consumatore che regola al meglio la quantità e il tipo di pubblicità.

Non è necessario disciplinare a livello dell'UE la pubblicità durante le funzioni religiose.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 619
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti. **soppresso**

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. de

Motivazione

Le limitazioni quantitative della pubblicità non sono uno strumento legittimo per orientare la programmazione. Il divieto di interruzioni pubblicitarie per i programmi a carattere religioso non ha apportato a questi ultimi alcun vantaggio decisivo in passato e va inoltre respinto in un'ottica laica.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 620
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti." **soppresso**

Or. es

Motivazione

Qualsiasi limitazione della possibilità di interrompere con la pubblicità i tipi di programmi indicati nel presente articolo tornerebbe a svantaggio della competitività dell'industria.

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 621

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **35 minuti**."

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, **di concerti filarmonici o di opere liriche**, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **45 minuti**.

La trasmissione di programmi diversi da quelli di cui al comma precedente può essere interrotta da spot pubblicitari e/o spot di televendita, nel limite di tre interruzioni all'interno di un periodo dato di ora d'orologio.

In deroga al comma precedente, in occasione della trasmissione di manifestazioni sportive comprendenti intervalli, gli spot pubblicitari e gli spot di televendita possono essere inseriti solo durante gli intervalli. Quando la manifestazione sportiva non prevede intervalli, gli spot pubblicitari e gli spot di televendita sono inseriti alle condizioni di cui al comma precedente.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. fr

Motivazione

Il sostanziale allentamento del disposto dell'articolo 11 proposto dalla Commissione

finirebbe per rimettere seriamente in discussione l'equilibrio attualmente raggiunto tra il necessario finanziamento dei programmi, la qualità della visione per i telespettatori, la qualità dei programmi trasmessi e il rispetto delle opere. Sembra tuttavia legittimo consentire alle emittenti televisive di beneficiare di una maggiore flessibilità per quanto riguarda l'inserimento di messaggi pubblicitari nei loro programmi.

Di conseguenza, sulla falsariga del principio della separazione della pubblicità dal resto del programma, il principio – altrettanto fondamentale – dell'inserimento della pubblicità tra una trasmissione e l'altra necessita di essere sancito espressamente. La proposta è pertanto volta a mantenere sostanzialmente l'attuale paragrafo 1 dell'articolo 11, conservando in particolare il criterio degli "intervalli naturali del programma", che consente di evitare interruzioni improvvise o premature.

Il secondo comma del paragrafo 2 dell'articolo 11 rappresenta un compromesso tra la necessità di mantenere la qualità e l'integrità di tutti i programmi, in particolare le serie, i romanzi a puntate, i programmi d'intrattenimento e i documentari, e la legittimità di offrire alle emittenti televisive una maggiore flessibilità, sostituendo il criterio dei 20 minuti con quello delle tre interruzioni per ora d'orologio.

Il terzo comma del paragrafo 2 dell'articolo 11 è volto a disciplinare la trasmissione delle manifestazioni sportive, la cui natura imprevedibile giustifica un regime specifico per non privare i telespettatori delle varie fasi di gioco.

Emendamento presentato da Jean-Luc Bennahmias e Carl Schlyter

Emendamento 622

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione *di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche*, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti."

"2. La trasmissione di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti."

Or. en

Motivazione

Per proteggere l'integrità delle opere europee e salvaguardare la diversità culturale, è necessario evitare che durante la trasmissione di opere audiovisive vengano inseriti troppi spot pubblicitari.

Emendamento presentato da Karin Resetarits

Emendamento 623

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"2. La trasmissione **lineare** di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite.

Fatto salvo l'articolo 3, i servizi di media audiovisivi non lineari possono stabilire in base a propri criteri le modalità e la durata delle interruzioni pubblicitarie."

Or. de

Motivazione

Il paragrafo in esame ha un senso, se proprio lo si vuole mantenere, solo se riferito alle trasmissioni lineari. Nel settore non lineare la pubblicità va gestita in modo flessibile, altrimenti i consumatori tenderanno generalmente a sottrarsi.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 624

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), **di opere cinematografiche**, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite **purché la loro durata programmata superi i 30 minuti. La trasmissione di opere**

35 minuti."

cinematografiche la cui durata programmata sia superiore ai 45 minuti, può essere interrotta una volta per ogni periodo di 45 minuti. Ulteriori interruzioni sono autorizzate se la loro durata programmata supera di almeno venti minuti due o più periodi completi di 45 minuti. "

Or. en

Motivazione

Le opere cinematografiche vanno rigorosamente protette. I film prodotti per la televisione dovrebbero beneficiare di una mano "più leggera". Normali disposizioni vanno applicate ai formati di durata solitamente compresa fra i 30 e i 60 minuti.

Emendamento presentato da Marie-Hélène Descamps

Emendamento 625

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"La trasmissione di programmi diversi da quelli di cui al comma precedente, eccettuati i programmi che trasmettono funzioni religiose, può essere interrotta da spot pubblicitari e/o spot di televendita una volta per ogni periodo di 20 minuti. "

Or. fr

Motivazione

La presente disposizione è volta a limitare il dilagare delle interruzioni pubblicitarie, che nocerebbe alla qualità dei programmi trasmessi (quali le serie, i romanzi a puntate, i documentari, le trasmissioni di attualità, le trasmissioni sportive, i programmi d'intrattenimento), semplificando il disposto e offrendo alle emittenti televisive una maggiore flessibilità per la predisposizione delle interruzioni pubblicitarie.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez e Claire Gibault

Emendamento 626

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 bis e 1 ter (nuovi) (direttiva 89/552/CEE)

"La trasmissione di programmi diversi da quelli di cui al comma precedente può essere interrotta da spot pubblicitari e/o spot di televendita, nel limite di tre interruzioni all'interno di un periodo dato di ora d'orologio.

In deroga al comma precedente, in occasione della trasmissione di manifestazioni sportive comprendenti intervalli, gli spot pubblicitari e gli spot di televendita possono essere inseriti solo durante gli intervalli. Quando la manifestazione sportiva non prevede intervalli, gli spot pubblicitari e gli spot di televendita sono inseriti alle condizioni di cui al comma precedente."

Or. fr

Motivazione

L'ulteriore allentamento proposto rimetterebbe seriamente in discussione l'equilibrio tra la necessità di finanziamento dei programmi, la qualità della visione per i telespettatori e il rispetto delle opere.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 627

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 2 (direttiva 89/552/CEE)

"I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità *o da televendite*."

"I programmi *per bambini o* che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità."

Or. en

Motivazione

I bambini non sono in grado di separare il contenuto dalla pubblicità. Pertanto, in questo tipo di programmi non va consentito l'inserimento di televendite o pubblicità.

Emendamento presentato da Ivo Belet

Emendamento 628

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, **di programmi per bambini e di notiziari** può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari) **e** di opere cinematografiche può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

I programmi che trasmettono funzioni religiose, **i programmi per bambini e i notiziari** non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. nl

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 629

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **35** minuti."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **24** minuti."

Or. en

Motivazione

Con il diritto a trasmettere 12 minuti di pubblicità ogni ora, nel caso di successivi periodi ininterrotti di 35 minuti si avrebbero blocchi pubblicitari di 12 minuti, il che non è nell'interesse né del pubblico né delle emittenti. In tali casi, con periodi di 24 minuti, diverrebbe possibile avere due blocchi pubblicitari ogni ora (di 6 minuti ciascuno o di ogni altra suddivisione in due parti dei 12 minuti, con la possibilità che uno o ambedue i blocchi siano costituiti da spot isolati. Tale soluzione appare preferibile.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e
Lilli Gruber

Emendamento 630

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **35 minuti.**"

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **45 minuti.**"

Or. it

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 631

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **35 minuti.**"

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **30 minuti.**"

Or. it

Motivazione

La direttiva 89/52/CEE prevedeva interruzioni ogni 45 minuti (con le eccezioni di durata). La riduzione a 30 minuti pregiudica l'integrità delle opere.

Emendamento presentato da Zdzisław Zbigniew Podkański

Emendamento 632

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **35 minuti**.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni **40 minuti**.

I programmi che trasmettono funzioni religiose **o cerimonie nazionali** non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. pl

Motivazione

Emendamento inteso a tutelare lo status dei prodotti audiovisivi e il loro potenziale economico.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 633

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini **e di notiziari** può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti.

I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti, ***purché la loro durata programmata superi i 30 minuti.***"

Motivazione

L'emendamento intende migliorare gli equilibri a tutela di determinati programmi e tener conto delle prospettive di reddito delle opere audiovisive. Inoltre non v'è motivo per cui la legislazione UE debba proteggere questo tipo di programmi e non altri - ad esempio i concerti - che potrebbero essere importanti per molti cittadini. Questa decisione va lasciata agli Stati membri e, in ultima istanza, al mercato.

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 634

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 2 (direttiva 89/552/CEE)

"I programmi che trasmettono funzioni religiose non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

"I programmi che trasmettono funzioni religiose **o cerimonie nazionali** non possono essere interrotti da pubblicità o da televendite."

Or. pl

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 635

ARTICOLO 1, PUNTO 10

Articolo 11, paragrafo 2, comma 1 (direttiva 89/552/CEE)

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti."

"2. La trasmissione di film realizzati per la televisione (eccettuate le serie televisive, i programmi a puntate, i programmi di intrattenimento leggero e i documentari), di opere cinematografiche, **di programmi religiosi**, di programmi per bambini e di notiziari può essere interrotta da pubblicità e/o televendite una volta ogni 35 minuti."

Or. it

Motivazione

Si ritiene opportuno reintrodurre il testo della direttiva vigente in considerazione della natura del programma, che richiede la continuità di trasmissione.

Emendamento presentato da Jean-Luc Bennahmias e Carl Schlyter

Emendamento 636
ARTICOLO 1, PUNTO 10
Articolo 11, paragrafo 2 bis (direttiva 89/552/CEE)

"2 bis. La trasmissione di opere audiovisive, come i lungometraggi cinematografici e i film realizzati per la televisione (eccettuate le serie, i romanzi, i programmi ricreativi e i documentari), la cui durata programmata sia superiore a 45 minuti, può essere interrotta una volta per periodo completo di 45 minuti. È autorizzata un'altra interruzione se la loro durata programmata supera di almeno 20 minuti due o più periodi completi di 45 minuti."

Or. en

Motivazione

Per proteggere l'integrità delle opere europee e salvaguardare la diversità culturale, è necessario evitare che durante la trasmissione di opere audiovisive vengano inseriti troppi spot pubblicitari.

Emendamento presentato da Carl Schlyter

Emendamento 637
ARTICOLO 1, PUNTO 11 BIS (nuovo)
Articolo 14, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

(11 bis) Il paragrafo 1 dell'articolo 14 è sostituito dal seguente:

"1. È vietata la pubblicità televisiva di medicinali e cure mediche."

Or. fr

Motivazione

L'attuale limitazione della pubblicità per i medicinali e le cure mediche si applica solo ai medicinali e alle cure soggetti a prescrizione.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 638

ARTICOLO 1, PUNTO 11 BIS (nuovo)

Articolo 15, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

11 bis) All'articolo 15 è aggiunto il seguente paragrafo 1 bis:

"1 bis. le comunicazioni commerciali audiovisive aventi per oggetto le bevande alcoliche non possono essere trasmesse fra le ore 6.00 e le ore 21.00;"

Or. en

Motivazione

Nell'Unione europea l'alcol è responsabile del 7,4% dei decessi prematuri di origine patologica. Essa rappresenta il terzo fattore di rischio, dopo la pressione alta e il consumo di tabacco ed è responsabile di oltre il 25% di decessi nella fascia di età 15-29 anni. Si stima che, in un dato anno, siano 23 milioni gli europei dipendenti dall'alcol. La pubblicità ha gravi conseguenze in quanto induce un atteggiamento positivo verso il consumo di bevande alcoliche fra i giovani.

La previsione di un "black out" fra le 6.00 e le 21.00 offre una soluzione pratica a difesa della salute pubblica, agevole da attuare e monitorare.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 639
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo -1 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"-1. La proporzione di tempo di trasmissione destinata a tutte le forme di pubblicità e agli spot di televendita, con esclusione delle finestre di televendita di cui al paragrafo 4, non deve superare il 20% del tempo di trasmissione quotidiano."

Or. it

Motivazione

L'emendamento intende sostituire il testo della Commissione con quello vigente, allo scopo di evitare l'abrogazione dei limiti giornalieri di pubblicità.

- 1. al paragrafo 1 viene ripristinato l'attuale limite giornaliero, abrogato dalla Commissione nella proposta del dicembre 2005;*
- 2. al paragrafo 2 viene mantenuto il limite orario, che viene esteso però (rispetto alla direttiva vigente) a tutte le forme di pubblicità;*
- 3. al paragrafo 3 l'autopromozione viene esclusa dal calcolo dei "tetti" di affollamento;*
- 4. al paragrafo 4 si ripropone un limite temporale alle c.d. "finestre" di televendite, attualmente presente all'articolo 18 bis della direttiva, ma abrogato nella proposta della Commissione, e che appare già abbastanza generoso (tre ore al giorno).*

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 640
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo -1 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"-1. La proporzione di tempo di trasmissione destinata agli spot di televendita, agli spot pubblicitari e ad altre forme di pubblicità, ad eccezione delle finestre di televendita di cui all'articolo 18 bis, non supera il 20% del tempo di trasmissione quotidiano. Il tempo di trasmissione dedicato agli spot pubblicitari non supera il 15% del tempo di trasmissione quotidiano."

Motivazione

Per i servizi lineari è opportuno ristabilire il limite medio quotidiano di pubblicità fissato dall'attuale direttiva. L'imposizione di tale limite non è superflua, dal momento che su mercati caratterizzati dalla posizione dominante di operatori privati la cui offerta in materia di passaggi pubblicitari è inferiore alla domanda dei pubblicitari, qualsiasi liberalizzazione della durata della pubblicità comporterebbero un trasferimento alle reti private delle risorse pubblicitarie delle reti pubbliche e delle reti tematiche, come pure della stampa. Inoltre, per non pregiudicare la qualità della visione dei telespettatori, i servizi non lineari dovrebbero come minimo essere sottoposti a un limite orario per quanto riguarda il tempo di trasmissione destinato alla pubblicità. Occorre pertanto, da un lato, introdurre un articolo 3 decies che riprenda i termini del nuovo articolo 18, eccettuato il riferimento all' "inserimento di prodotti" oramai vietato dal paragrafo 2, e, dall'altro, sostituire al nuovo articolo 18 il paragrafo 1 dell'attuale articolo 18 della direttiva.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez e Claire Gibault

Emendamento 641
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%." soppresso

Motivazione

La proporzione di tempo di trasmissione destinata agli spot pubblicitari è già disciplinata in modo soddisfacente dal paragrafo 18 della direttiva modificata 97/36/CE.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 642
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%." soppresso

Or. de

Motivazione

Le limitazioni quantitative della pubblicità non sono uno strumento legittimo per orientare la programmazione.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 643
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%." soppresso

Or. en

Motivazione

Occorre revocare le restrizioni sui messaggi pubblicitari in modo da consentire ai fornitori di servizi di media audiovisivi europei di competere meglio e di ottenere introiti per finanziare e investire in contenuti audiovisivi europei.

È il consumatore che regola al meglio la quantità e il tipo di pubblicità.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedo

Emendamento 644
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato **alle forme brevi di pubblicità, quali** spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%."

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato **agli** spot pubblicitari e di televendita non può superare il 20%."

Or. es

Motivazione

In un panorama audiovisivo come quello attuale, caratterizzato dalla grande varietà di canali e servizi e nel quale gli spettatori hanno la possibilità di scegliere con il telecomando i programmi che preferiscono, non si giustificano norme rigorose sulla durata della pubblicità. I fornitori di servizi di media audiovisivi hanno bisogno inoltre di una maggior flessibilità per poter investire in programmi di qualità.

Amendment by Karin Resetarits

Emendamento 645

ARTICOLO 1, PUNTO 13

Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare **il** 20%."

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può **mai** superare **una media giornaliera del** 20%."

Emendamento presentato da Sarah Ludford

Emendamento 646

ARTICOLO 1, PUNTO 13

Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare **il** 20%."

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare **una media giornaliera del 20% e non può comunque essere superiore al 25%**."

Or. en

Motivazione

Le regole in materia di pubblicità devono essere sufficientemente flessibili per rispondere alle

richieste di programmazione, visto che sono le forze del mercato e i consensi del pubblico a determinare in ultima analisi le scelte delle emittenti.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 647
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato *alle* forme *brevi* di pubblicità, *quali* spot *pubblicitari e* di televendita, non può superare il 20%.

"2. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato *a tutte le* forme di pubblicità *e agli* spot di televendita non può superare il 20%."

Or. it

Motivazione

L'emendamento intende sostituire il testo della Commissione con quello vigente, allo scopo di evitare l'abrogazione dei limiti giornalieri di pubblicità.

- 1. al paragrafo 1 viene ripristinato l'attuale limite giornaliero, abrogato dalla Commissione nella proposta del dicembre 2005;*
- 2. al paragrafo 2 viene mantenuto il limite orario, che viene esteso però (rispetto alla direttiva vigente) a tutte le forme di pubblicità;*
- 3. al paragrafo 3 l'autopromozione viene esclusa dal calcolo dei "tetti" di affollamento;*
- 4. al paragrafo 4 si ripropone un limite temporale alle c.d. "finestre" di televendite, attualmente presente all'articolo 18 bis della direttiva, ma abrogato nella proposta della Commissione, e che appare già abbastanza generoso (tre ore al giorno).*

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 648
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%."

"2. In una data ora d'orologio, il tempo di trasmissione dedicato alle forme brevi di pubblicità, quali spot pubblicitari e di televendita, non può superare il 20%."

Or. fr

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 649

ARTICOLO 1, PUNTO 13

Articolo 18, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

" 1 bis. In una data ora di orologio, le finestre di comunicazione commerciale audiovisiva che accompagnano i servizi di media audiovisivi non possono superare il numero massimo di tre; ciascuna finestra non può durare più di 12 secondi."

Or. it

Motivazione

Anche le finestre di comunicazione commerciale devono essere soggette a limitazioni orarie.

Emendamento presentato da Åsa Westlund

Emendamento 650

ARTICOLO 1, PUNTO 13

Articolo 18, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"1 bis. Il numero di blocchi di forme brevi di pubblicità non può superare 3 blocchi in una data ora d'orologio."

Or. sv

Motivazione

Senza tale integrazione i 12 minuti di pubblicità consentiti per ciascuna ora possono essere suddivisi, ad esempio, in 24 distinti inserti pubblicitari di 30 secondi, il che non è auspicabile per i consumatori. La regola, ora abrogata, dei 20 minuti tra gli stacchi pubblicitari era comunque inutilmente severa e faceva sì che le trasmissioni fossero spesso interrotte in momenti poco adatti al fine di massimizzare il numero di interruzioni pubblicitarie in un dato programma. Grazie all'integrazione proposta, si offre alle emittenti radiotelevisive la possibilità di introdurre blocchi di forme brevi di pubblicità nei momenti ritenuti opportuni, senza al contempo aumentare il numero di blocchi pubblicitari consentiti per ciascuna ora. In tal modo si garantisce anche che le emittenti serie, il cui intento è di offrire contenuti liberi da continue interruzioni, possano farlo senza trovarsi in una posizione concorrenziale svantaggiata o senza essere coinvolte in una corsa verso il basso con concorrenti senza scrupoli che scendono a compromessi con l'integrità del contenuto per vendere "primi posti" attraenti nei blocchi pubblicitari.

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez e Claire Gibault

Emendamento 651
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti." *soppresso*

Or. fr

Motivazione

La proporzione di tempo di trasmissione destinata agli spot pubblicitari è già disciplinata in modo soddisfacente dal paragrafo 18 della direttiva modificata 97/36/CE.

Emendamento presentato da Jorgo Chatzimarkakis

Emendamento 652
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti." *soppresso*

Or. de

Motivazione

Le limitazioni quantitative della pubblicità non sono uno strumento legittimo per orientare la programmazione.

Emendamento presentato da Christopher Heaton-Harris

Emendamento 653
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti." **soppresso**

Or. en

Motivazione

Occorre revocare le restrizioni sui messaggi pubblicitari in modo da consentire ai fornitori di servizi di media audiovisivi europei di competere meglio e di ottenere introiti per finanziare e investire in contenuti audiovisivi europei.

È il consumatore che regola al meglio la quantità e il tipo di pubblicità.

Emendamento presentato da Hanna Foltyn-Kubicka

Emendamento 654
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti."

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente per pubblicizzare i propri programmi e le proprie televendite."

Or. pl

Motivazione

Il fatto che rimangano vie d'uscita che consentono alle emittenti la pubblicizzazione dei prodotti derivati dai propri programmi, gli annunci di sponsorizzazione e gli inserimenti di prodotti indebolisce notevolmente le restrizioni introdotte e potrebbe rappresentare un facile modo per eluderle.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 655
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica **ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli** annunci di sponsorizzazione e **agli** inserimenti di prodotti."

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica **a nessun'altra forma di pubblicità, inclusi gli** annunci di sponsorizzazione e **gli** inserimenti di prodotti."

Or. es

Motivazione

In un panorama audiovisivo come quello attuale, caratterizzato dalla grande varietà di canali e servizi e nel quale gli spettatori hanno la possibilità di scegliere con il telecomando i programmi che preferiscono, non si giustificano norme rigorose sulla durata della pubblicità. I fornitori di servizi di media audiovisivi hanno bisogno inoltre di una maggior flessibilità per poter investire in programmi di qualità.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 656
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e **ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotti.**"

"2. Il disposto del paragrafo 1 non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e **agli inserimenti di prodotti. La pubblicità per i prodotti direttamente derivati dai programmi e dagli annunci di sponsorizzazione è consentita nei limiti del 20% per ogni ora di trasmissione pubblicitaria.**"

Or. en

Motivazione

La vendita di prodotti non è una normale attività commerciale, anche con riferimento ai prodotti derivati da programmi TV. La relativa pubblicità deve essere pertanto consentita solo entro un tetto del 20% per ogni ora di tempo pubblicitario. Anche gli annunci di sponsorizzazione devono essere soggetti alle stesse restrizioni, pena l'assenza totale di limiti di durata (tenuto conto degli annunci dei singoli sponsor più i successivi annunci di

sponsorizzazione). Senza il limite del 20%, sussiste infatti il rischio che questo tempo pubblicitario supplementare di durata illimitata divenga oggetto di commercio, il che è contrario allo spirito della direttiva.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 657
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto *del paragrafo 1* non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione *e agli inserimenti di prodotti.*"

"3. Il disposto *dei paragrafi precedenti* non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, *nonché* agli annunci di sponsorizzazione."

Or. it

Motivazione

L'emendamento intende sostituire il testo della Commissione con quello vigente, allo scopo di evitare l'abrogazione dei limiti giornalieri di pubblicità.

- 1. al paragrafo 1 viene ripristinato l'attuale limite giornaliero, abrogato dalla Commissione nella proposta del dicembre 2005;*
- 2. al paragrafo 2 viene mantenuto il limite orario, che viene esteso però (rispetto alla direttiva vigente) a tutte le forme di pubblicità;*
- 3. al paragrafo 3 l'autopromozione viene esclusa dal calcolo dei "tetti" di affollamento;*
- 4. al paragrafo 4 si ripropone un limite temporale alle c.d. "finestre" di televendite, attualmente presente all'articolo 18 bis della direttiva, ma abrogato nella proposta della Commissione, e che appare già abbastanza generoso (tre ore al giorno).*

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 658
ARTICOLO 1, PUNTO 13
Articolo 18, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Il disposto del *paragrafo 1* non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione *e agli inserimenti di*

"3. Il disposto del *paragrafo 2* non si applica ai messaggi diffusi dall'emittente connessi ai propri programmi e ai prodotti direttamente derivati da tali programmi, agli annunci di sponsorizzazione."

prodotti."

Or. fr

Motivazione

Per i servizi lineari è opportuno ristabilire il limite medio quotidiano di pubblicità fissato dall'attuale direttiva. L'imposizione di tale limite non è superflua, dal momento che su mercati caratterizzati dalla posizione dominante di operatori privati la cui offerta in materia di passaggi pubblicitari è inferiore alla domanda dei pubblicitari, qualsiasi liberalizzazione della durata della pubblicità comporterebbero un trasferimento alle reti private delle risorse pubblicitarie delle reti pubbliche e delle reti tematiche, come pure della stampa. Inoltre, per non pregiudicare la qualità della visione dei telespettatori, i servizi non lineari dovrebbero come minimo essere sottoposti a un limite orario per quanto riguarda il tempo di trasmissione destinato alla pubblicità.

Occorre pertanto, da un lato, introdurre un articolo 3 decies che riprenda i termini del nuovo articolo 18, eccettuato il riferimento all' "inserimento di prodotti" oramai vietato dal paragrafo 2, e, dall'altro, sostituire al nuovo articolo 18 il paragrafo 1 dell'attuale articolo 18 della direttiva.

Emendamento presentato da Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 659

ARTICOLO 1, PUNTO 13

Articolo 18, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"2 bis. Le finestre di programmazione destinate alla televendita trasmesse da un canale non esclusivamente dedicato a quest'ultima devono avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti e la loro durata complessiva non può superare le tre ore al giorno."

Or. it

Motivazione

L'emendamento intende sostituire il testo della Commissione con quello vigente, allo scopo di evitare l'abrogazione dei limiti giornalieri di pubblicità.

- 1. al paragrafo 1 viene ripristinato l'attuale limite giornaliero, abrogato dalla Commissione nella proposta del dicembre 2005;*
- 2. al paragrafo 2 viene mantenuto il limite orario, che viene esteso però (rispetto alla direttiva vigente) a tutte le forme di pubblicità;*

3. al paragrafo 3 l'autopromozione viene esclusa dal calcolo dei "tetti" di affollamento;
4. al paragrafo 4 si ripropone un limite temporale alle c.d. "finestre" di televendite, attualmente presente all'articolo 18 bis della direttiva, ma abrogato nella proposta della Commissione, e che appare già abbastanza generoso (tre ore al giorno).

Emendamento presentato da Henri Weber e Giovanni Berlinguer

Emendamento 660
ARTICOLO 1, PUNTO 14
Articolo 18 bis (direttiva 89/552/CEE)

14) L'articolo 18 bis è *soppresso*.

14) L'articolo 18 bis è *sostituito dal seguente*:

"Articolo 18 bis

1. Le finestre di programmazione destinate alla televendita trasmesse da un canale non esclusivamente dedicato a quest'ultima devono avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti.

2. Il numero massimo di finestre di programmazione giornaliera è otto. La loro durata complessiva non può superare le tre ore al giorno. Esse devono essere nettamente individuate come finestre di televendita attraverso dispositivi ottici e acustici."

Or. fr

Motivazione

È opportuno mantenere l'articolo 18 bis della direttiva attuale, altrimenti le trasmissioni di televendita di canali non esclusivamente dedicati a quest'ultima si sottrarrebbero alle regole quantitative sulla frequenza e la durata di tali spot, a scapito della qualità della visione dei telespettatori.

Emendamento presentato da Helga Trüpel

Emendamento 661
ARTICOLO 1, PUNTO 14
Articolo 18 bis (direttiva 89/552/CEE)

14) L'articolo 18 bis è *soppresso*.

14) L'articolo 18 bis è *sostituito dal*

segunte:

"Articolo 18 bis

Le finestre di comunicazione commerciale audiovisiva devono essere chiaramente identificate come finestre di televendita con mezzi ottici e acustici e la loro durata complessiva non deve superare le sei ore al giorno."

Or. en

Motivazione

Per tutelare i telespettatori dall'eccessiva pubblicità commerciale nonché per dare certezza giuridica all'industria delle televendite occorre reintrodurre per tali finestre dei limiti temporali. La competenza per la determinazione dei periodi durante i quali un servizio di media audiovisivo può essere diffuso ... [testo lacunoso, N.d.T.]

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 662

ARTICOLO 1, PUNTO 14

Articolo 18 bis (direttiva 89/552/CEE)

14) L'articolo 18 bis è **soppresso**.

14) L'articolo 18 bis è **sostituito dal seguente:**

"Articolo 18 bis

Le finestre di comunicazione commerciale audiovisiva nella forma di televendite e telepromozioni devono essere chiaramente identificate come tali con mezzi ottici e acustici e la loro durata complessiva non deve superare le sei ore al giorno."

Or. en

Motivazione

La totale abolizione dei limiti giornalieri per le finestre di televendita, prevista nella proposta della Commissione mediante la soppressione dell'articolo 18 bis, potrebbe presentare alcuni rischi considerevoli e non contribuisce al raggiungimento di nessun obiettivo particolare della direttiva. Inoltre, la totale assenza di limitazioni e l'eccessiva disponibilità di spazi per le finestre di televendita consentiranno ad attori discutibili e a commercianti disonesti di trarre vantaggio da questa apertura, con un conseguente impatto sui risultati positivi già ottenuti dal settore attraverso rigorosi programmi di autoregolamentazione e la costante

promozione degli standard più elevati. Nel complesso, questa misura potrebbe pregiudicare gli sforzi compiuti dal settore delle televendite in Europa per creare i più elevati standard per i consumatori.

Emendamento presentato da Miguel Portas e Věra Flasarová

Emendamento 663

ARTICOLO 1, PUNTO 15

Articolo 19, comma unico bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"L'articolo 18 si applica alle imprese di servizio pubblico e non alle emittenti televisive commerciali."

Or. en

Motivazione

Per quanto riguarda la comunicazione commerciale audiovisiva tutte le emittenti vanno soggette alle rigorose norme qualitative dettate dalla direttiva, e segnatamente il rispetto dell'integrità di opere cinematografiche, film e altri programmi. Lo stesso non può dirsi delle regole quantitative.

Se un'emittente televisiva commerciale privata desidera inserire 10 ore di pubblicità fra due film o altri programmi, la sua decisione deve essere accettata.

La comunicazione commerciale audiovisiva è anzi la finalità principale (e la principale fonte di reddito) di una stazione commerciale, anche se può trasmettere programmi informativi, educativi di intrattenimento (e cercherà di farlo in modo da richiamare e non respingere il pubblico cui la pubblicità si rivolge).

La situazione è diversa per le imprese di pubblico servizio, la cui finalità principale è di informare, educare ed intrattenere (con l'obbligo di garantire programmi di elevato livello). Esse possono anche in via accessoria trasmettere comunicazioni commerciali audiovisive (che assicurano una fonte secondaria di reddito) e cercheranno di farlo in modo da non alienarsi il pubblico cui si rivolgono i programmi informativi, educativi e di intrattenimento.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 664

ARTICOLO 1, PUNTO 17

Articolo 20 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"Articolo 20 bis

Al fine di garantire i principi di pluralismo,

concorrenza e libertà di impresa nella raccolta delle risorse pubblicitarie, l'attività di rilevamento degli indici di ascolto deve conformarsi ai seguenti criteri:

a) indipendenza dei soggetti realizzatori delle indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione da tutti i soggetti rilevati;

b) rappresentatività degli organi gestionali (comitati tecnico-scientifici e/o comitati di controllo), che dovranno includere i rappresentanti di tutti i soggetti interessati e rilevati (operatori, mercato, consumatori), e non soltanto di tutte le piattaforme di trasmissione;

c) trasparenza dei comitati tecnici, cui devono essere attribuiti reali poteri nell'attività di rilevamento, senza alcuna ingerenza, tecnica e gestionale, da parte del consiglio di amministrazione."

Or. it

Emendamento presentato da Marielle De Sarnez

Emendamento 665

ARTICOLO 1, PUNTO 18

Articoli 22 bis e 22 ter (direttiva 89/552/CEE)

***18) Gli articoli 22 bis e 23 ter sono
soppressi.*** ***soppresso***

Or. fr

Motivazione

È opportuno ripristinare gli articoli 22 bis e 22 ter dell'attuale direttiva 89/552/CE, in particolare per quanto riguarda l'indagine che la Commissione deve effettuare su eventuali misure tecniche volte a facilitare il controllo dei genitori sui programmi seguiti dai minori (dispositivi di filtraggio, sistemi di classificazione adeguati, ecc.).

Emendamento presentato da Mario Mauro

Emendamento 666
ARTICOLO 1, PUNTO 18
Articolo 22 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"Articolo 22 bis

1. Gli Stati membri promuovono la produzione e la programmazione di servizi di media audiovisivi e di programmi idonei ai minori e atti a migliorare le loro conoscenze sui mezzi di comunicazione.

2. Le misure devono essere volte a facilitare l'azione educativa dei genitori, degli insegnanti e degli educatori alla conoscenza degli effetti dei programmi che potrebbero essere visti dai minori mediante:

- la predisposizione di adeguati sistemi di classificazione;

- la promozione di politiche di sensibilizzazione e di educazione alla comunicazione che vedano coinvolte anche le istituzioni scolastiche e che rendano possibile la produzione di programmi europei idonei alla visione familiare o rivolti all'infanzia e all'adolescenza;

- la presa in considerazione dell'esperienza acquisita in questo campo in Europa o altrove e dell'opinione delle parti interessate, quali emittenti, produttori, genitori, educatori, specialisti di comunicazione e relative associazioni.

3. Le legislazioni degli Stati membri devono altresì prescrivere che i nuovi apparecchi televisivi siano dotati di dispositivi tecnici che consentano di inibire la visione di taluni programmi."

Or. it

Motivazione

L'emendamento propone di definire con maggiore precisione le misure che occorre adottare per proteggere i minori e per valutare il contenuto dei servizi di media audiovisivi. La tutela giuridica della personalità del minore, della dignità umana, dei diritti del minore e di quelli

dei genitori e della famiglia deve essere attuata attraverso la produzione e l'adeguata messa in onda di programmi adatti all'infanzia, all'adolescenza e alla visione familiare, nonché mediante programmi di educazione alla comunicazione.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 667

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo -1 (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"- 1. La tutela effettiva dei diritti e delle libertà fondamentali incombe direttamente ai giudici e ai tribunali. La chiusura di un'impresa del settore audiovisivo ovvero la sospensione o limitazione delle sue trasmissioni può quindi avvenire solo previo intervento dell'autorità giudiziaria."

Or. es

Motivazione

La difesa dei principi fondamentali deve essere affidata unicamente ai giudici e ai tribunali, per cui è opportuno escludere le autorità nazionali di regolamentazione dall'esercizio di detta funzione. La direttiva deve fungere da garanzia rispetto a eventuali tentativi, da parte di tali autorità, di spingersi oltre quanto esplicitamente consentito, violando i diritti sanciti dalla Carta dei diritti fondamentali e dalla Convenzione europea sulla salvaguardia dei diritti dell'uomo. Le associazioni di categoria più prestigiose del mondo della stampa, avuta notizia di comportamenti non auspicabili al riguardo, hanno chiesto espressamente che i poteri sanzionatori delle autorità di regolamentazione non possano intaccare il normale esercizio del diritto fondamentale alla libertà d'espressione. Solo i tribunali possono stabilire se un mezzo di comunicazione debba essere sanzionato con la sospensione delle trasmissioni per aver violato diritti fondamentali.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 668

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri garantiscono l'indipendenza delle autorità di regolamentazione nazionali e assicurano che esse esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

soppresso

Motivazione

Il controllo di legalità sulla televisione e gli altri media assume forme diverse nei vari Stati membri. La Commissione non ha segnalato alcuna carenza nel mercato interno tale da giustificare la modifica di strutture di controllo consolidate. In base al principio di sussidiarietà, le questioni attinenti alla competenza dovrebbero pertanto continuare a rimanere di pertinenza degli Stati membri. Inoltre, l'ampia libertà dei contenuti, che sostanzialmente non sono soggetti alla supervisione di autorità di controllo - alla quale si sostituisce una responsabilità ex-post dinanzi alla legge e ai tribunali - viene considerata un elemento centrale di quella libertà di stampa e di espressione che le società europee hanno conquistato nell'arco dei secoli. Appare dunque inopportuno estendere l'istituzione di autorità di controllo dei media al di là del caso specifico delle emittenti radiotelevisive. Anche per queste ultime, in un'epoca in cui il problema della scarsità delle frequenze sta scomparendo, non deve però essere vincolante l'istituzione di autorità di regolamentazione. Infine, il fatto che l'indipendenza delle autorità di controllo sia sancita attraverso il diritto europeo, ed abbia dunque preminenza sulle costituzioni degli Stati membri, appare problematico, poiché costituisce un'ingerenza nell'organizzazione statale dei paesi membri e compromette il principio della democrazia.

Emendamento presentato da Henri Weber

Emendamento 669

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri garantiscono ***l'indipendenza delle autorità di regolamentazione nazionali e assicurano*** che esse esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

"1. Gli Stati membri garantiscono ***l'esistenza o la creazione di autorità di regolamentazione, delle quali assicurano, conformemente al loro diritto nazionale, l'indipendenza dalla sfera politica, economica e finanziaria, e fanno sì*** che esse esercitino i loro poteri in modo imparziale e ***che il loro funzionamento sia del tutto trasparente. Le autorità di regolamentazione possono avere altresì il compito di garantire il rispetto delle disposizioni della presente direttiva, in particolare per quanto riguarda la libertà d'espressione, il pluralismo dei media, la dignità umana, la non-discriminazione e la tutela dei minori e delle persone vulnerabili o disabili.***"

Or. fr

Motivazione

L'emendamento precisa ruolo, indipendenza e compiti delle autorità di regolamentazione.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 670

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri garantiscono l'indipendenza **delle autorità** di regolamentazione **nazionali** e assicurano che esse esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

"1. Gli Stati membri **istituiscono enti** di regolamentazione **conformemente al diritto nazionale**, **ne** garantiscono l'indipendenza e assicurano che essi esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

Or. en

Motivazione

La decisione se disporre o meno di un'autorità di regolamentazione indipendente non può essere un'opzione lasciata alla discrezione degli Stati membri. Infatti, imporre a tutti gli Stati membri di istituire un'autorità di regolamentazione nazionale imparziale nel settore audiovisivo è nell'interesse essenziale dell'Unione europea ed è conforme agli obiettivi fondamentali della presente direttiva.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 671

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 1 (direttiva 89/552/CEE)

"1. Gli Stati membri garantiscono l'indipendenza **delle autorità** di regolamentazione nazionali e assicurano che **esse** esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

"2. Gli Stati membri garantiscono l'indipendenza **degli organismi** di regolamentazione nazionali, **conformemente al diritto nazionale**, e assicurano che **essi** esercitino i loro poteri in modo imparziale e trasparente."

Or. es

Motivazione

La difesa dei principi fondamentali deve essere affidata unicamente ai giudici e ai tribunali, per cui è opportuno escludere le autorità nazionali di regolamentazione dall'esercizio di detta

funzione. La direttiva deve fungere da garanzia rispetto a eventuali tentativi, da parte di tali autorità, di spingersi oltre quanto esplicitamente consentito, violando i diritti sanciti dalla Carta dei diritti fondamentali e dalla Convenzione europea sulla salvaguardia dei diritti dell'uomo. Le associazioni di categoria più prestigiose del mondo della stampa, avuta notizia di comportamenti non auspicabili al riguardo, hanno chiesto espressamente che i poteri sanzionatori delle autorità di regolamentazione non possano intaccare il normale esercizio del diritto fondamentale alla libertà d'espressione. Solo i tribunali possono stabilire se un mezzo di comunicazione debba essere sanzionato con la sospensione delle trasmissioni per aver violato diritti fondamentali.

Emendamento presentato da Ignasi Guardans Cambó

Emendamento 672

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 1 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"1 bis. Gli Stati membri affidano a tali autorità di regolamentazione il compito di vigilare sul rispetto, da parte dei fornitori di media audiovisivi, delle disposizioni della presente direttiva, in particolare di quelle relative alla libertà di espressione, al pluralismo dei media, alla dignità umana, al principio di non discriminazione, alla protezione dei minori, delle persone vulnerabili e disabili."

Or. en

Motivazione

Nella sua proposta, la Commissione intende stimolare gli Stati membri a garantire l'indipendenza delle autorità di regolamentazione incaricate in particolare di vigilare sull'attuazione della direttiva nel rispetto dei principi da essa posti. Sarebbe opportuno che tale finalità fosse supportata dall'obbligo, per gli Stati membri che non l'hanno ancora fatto, di istituire tali autorità, il cui ruolo resta fondamentale per la protezione delle libertà, dei minori, del pluralismo dei mezzi di informazione, della dignità umana per tutti i servizi di media audiovisivi. Tale principio riguarda tutti i servizi di media audiovisivi.

Emendamento presentato da Michl Ebner

Emendamento 673

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Le autorità nazionali di regolamentazione comunicano alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva."

soppresso

Or. de

Motivazione

Il controllo di legalità sulla televisione e gli altri media assume forme diverse nei vari Stati membri. La Commissione non ha segnalato alcuna carenza nel mercato interno tale da giustificare la modifica di strutture di controllo consolidate. In base al principio di sussidiarietà, le questioni attinenti alla competenza dovrebbero pertanto continuare a rimanere di pertinenza degli Stati membri. Inoltre, l'ampia libertà dei contenuti, che sostanzialmente non sono soggetti alla supervisione di autorità di controllo - alla quale si sostituisce una responsabilità ex-post dinanzi alla legge e ai tribunali - viene considerata un elemento centrale di quella libertà di stampa e di espressione che le società europee hanno conquistato nell'arco dei secoli. Appare dunque inopportuno estendere l'istituzione di autorità di controllo dei media al di là del caso specifico delle emittenti radiotelevisive. Anche per queste ultime, in un'epoca in cui il problema della scarsità delle frequenze sta scomparendo, non deve però essere vincolante l'istituzione di autorità di regolamentazione. Infine, il fatto che l'indipendenza delle autorità di controllo sia sancita attraverso il diritto europeo, ed abbia dunque preminenza sulle costituzioni degli Stati membri, appare problematico, poiché costituisce un'ingerenza nell'organizzazione statale dei paesi membri e compromette il principio della democrazia.

Emendamento presentato da Luis Herrero-Tejedor

Emendamento 674

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Le autorità nazionali di regolamentazione comunicano alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva."

"3. Gli organismi nazionali di regolamentazione comunicano agli organismi di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva. Gli organismi nazionali di regolamentazione intensificano la propria cooperazione, in particolare per quanto riguarda la soluzione dei problemi di cui all'articolo 2, paragrafo 7 della presente direttiva."

Motivazione

La difesa dei principi fondamentali deve essere affidata unicamente ai giudici e ai tribunali, per cui è opportuno escludere le autorità nazionali di regolamentazione dall'esercizio di detta funzione. La direttiva deve fungere da garanzia rispetto a eventuali tentativi, da parte di tali autorità, di spingersi oltre quanto esplicitamente consentito, violando i diritti sanciti dalla Carta dei diritti fondamentali e dalla Convenzione europea sulla salvaguardia dei diritti dell'uomo. Le associazioni di categoria più prestigiose del mondo della stampa, avuta notizia di comportamenti non auspicabili al riguardo, hanno chiesto espressamente che i poteri sanzionatori delle autorità di regolamentazione non possano intaccare il normale esercizio del diritto fondamentale alla libertà d'espressione. Solo i tribunali possono stabilire se un mezzo di comunicazione debba essere sanzionato con la sospensione delle trasmissioni per aver violato diritti fondamentali.

Emendamento presentato da Rihards Pīks

Emendamento 675

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 2 (direttiva 89/552/CEE)

"2. Le autorità nazionali di regolamentazione comunicano alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva."

"2. Le autorità nazionali di regolamentazione comunicano alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione le informazioni necessarie ai fini dell'applicazione delle disposizioni della presente direttiva **nonché ai fini della prevenzione di abusi e comportamenti fraudolenti.**"

Or. en

Motivazione

E' particolarmente importante ampliare e rafforzare la cooperazione fra le competenti autorità di regolamentazione e la Commissione in materia di scambio di informazioni, soprattutto al fine di prevenire abusi e comportamenti fraudolenti e di evitare possibili conflitti dovuti a differenze di ordinamento giuridico fra uno Stato e l'altro.

Emendamento presentato da Marianne Mikko

Emendamento 676

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"2 bis. Prima di concedere una licenza o un'autorizzazione a un'emittente o a un fornitore di servizi di media audiovisivi, la cui programmazione sia interamente o principalmente rivolta all'audience di un altro Stato membro, l'autorità nazionale di regolamentazione consulta l'autorità di regolamentazione di quest'ultimo Stato membro. Lo Stato membro destinatario del servizio ha la facoltà di presentare proposte all'autorità di regolamentazione dell'altro Stato membro, al fine di evitare che l'emittente soggetta alla giurisdizione di quest'ultimo eluda le disposizioni nazionali di legge cui è soggetto."

Or. en

Motivazione

Si tratta di prevenire scelte strategiche di sedi volte ad aggirare le disposizioni di legge di un altro Stato membro.

Emendamento presentato da Rihards Pīks

Emendamento 677

ARTICOLO 1, PUNTO 20

Articolo 23 ter, paragrafo 2 bis (nuovo) (direttiva 89/552/CEE)

"2 bis. Prima di concedere un'autorizzazione o una licenza a un'emittente la cui programmazione sia interamente o principalmente destinata all'audience di un altro Stato membro, l'autorità nazionale di regolamentazione consulta l'omologa autorità di quest'ultimo Stato membro."

Or. en

Motivazione

Scopo della proposta è di rafforzare al massimo la cooperazione e ridurre al minimo le controversie obbligando le autorità nazionali responsabili della concessione di licenze e autorizzazioni e della stipula di contratti con fornitori di servizi di media audiovisivi, nei casi in cui i programmi di un fornitore di servizi stabilito in uno Stato membro siano interamente

o principalmente destinati al territorio di un altro Stato membro, a consultarsi con le competenti autorità dello Stato membro destinatario, prima dell'emissione delle licenze. La consultazione preventiva può contribuire notevolmente a ridurre le controversie evitando dispendiosi procedimenti giudiziari. Gli Stati membri dovrebbero inoltre tener conto delle politiche pubbliche perseguite in altri Stati membri. Ciò è particolarmente importante nei casi in cui la delocalizzazione può dare un indebito vantaggio al fornitore di servizi di media audiovisivi stabilito in un dato Stato membro, ma il cui target sia rappresentato dal pubblico di un altro Stato membro dove vigono norme più rigorose. Tale situazione può causare distorsioni di mercato.

Emendamento presentato da Giovanni Berlinguer, Giulietto Chiesa, Monica Frassoni, Donato Tommaso Veraldi e Lilli Gruber

Emendamento 678
ARTICOLO 1, PUNTO 20 BIS (nuovo)
Articolo 23 quater (direttiva 89/552/CEE)

20 bis) È inserito il seguente articolo 23 quater:

"Articolo 23 quater

1. Gli Stati membri adottano le misure necessarie affinché sia garantito il pluralismo dell'informazione nel sistema radiotelevisivo. Gli Stati membri vietano in particolare la formazione e il mantenimento di posizioni dominanti nel mercato televisivo e nei mercati ad esso collegati.

2. Gli Stati membri vietano ai titolari di cariche di governo, al coniuge o ai parenti entro il secondo grado, nonché alle società da loro controllate, di assumere o mantenere posizioni di controllo di imprese che operano nel mercato radiotelevisivo e nei mercati ad esso collegati".

Or. it

Motivazione

L'emendamento inserisce un nuovo articolo nella direttiva "televisione senza frontiere". Lo scopo è quello di richiedere agli Stati membri il rispetto di principi di carattere generale in tema di tutela del pluralismo e di divieto di cumulo tra cariche di governo e controllo di imprese radiotelevisive. L'emendamento dà seguito alle posizioni più volte espresse dal Parlamento europeo (cfr. per tutte la risoluzione del 22 aprile 2004, sui rischi di violazione, nell'UE e particolarmente in Italia, della libertà di espressione e di informazione, e la risoluzione del 27 aprile 2006 sulla radiodiffusione digitale, paragrafo 12) e alla richiesta, non soddisfatta dalla Commissione nella proposta di revisione della direttiva TSF, di adottare regole di armonizzazione delle legislazioni nazionali in materia di tutela dei diritti fondamentali nel settore radiotelevisivo, a garanzia del buon funzionamento del mercato comune (ad esempio, al paragrafo 78 della citata risoluzione si legge che il Parlamento europeo "ritiene opportuno introdurre strumenti giuridici destinati a evitare qualsiasi conflitto d'interessi e invita la Commissione a presentare proposte volte ad assicurare che i membri del governo non siano in grado di utilizzare la partecipazione che detengono nei media per motivi politici"). È infatti di palmare evidenza che le disparità esistenti tra le legislazioni nazionali in tema, ad esempio, di "conflitti di interessi" e di parametri da

utilizzare per definire il "peso" dei singoli operatori nel mercato televisivo rendono più difficile l'esercizio della libertà di stabilimento e di libera prestazione dei servizi nel territorio comunitario, incidendo negativamente sul funzionamento del mercato interno.