



COMMISSIONE
EUROPEA

Bruxelles, 16.9.2022
COM(2022) 457 final

2022/0277 (COD)

Proposta di

REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

**che istituisce un quadro comune per i servizi di media nell'ambito del mercato interno
(legge europea per la libertà dei media) e modifica la direttiva 2010/13/UE**

(Testo rilevante ai fini del SEE)

{SEC(2022) 322 final} - {SWD(2022) 286 final} - {SWD(2022) 287 final}

RELAZIONE

1. CONTESTO DELLA PROPOSTA

• Motivi e obiettivi della proposta

La presente relazione accompagna la proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro comune per i servizi di media nell'ambito del mercato interno (legge europea per la libertà dei media). La proposta tiene fede all'impegno politico assunto dalla presidente von der Leyen, che aveva annunciato l'iniziativa nel suo discorso sullo stato dell'Unione 2021. Nel suo discorso la presidente aveva sottolineato che l'informazione è un bene pubblico, riconoscendo che i media non sono imprese commerciali come le altre e che la loro indipendenza deve essere tutelata a livello di UE¹. L'iniziativa è stata inclusa nel programma di lavoro della Commissione per il 2022².

Il settore dei media fa parte dell'ecosistema delle industrie culturali e creative³, uno dei 14 ecosistemi industriali che sono cruciali per una ripresa inclusiva e sostenibile nonché per la duplice transizione (verde e digitale) dell'economia dell'UE. Allo stesso tempo i servizi di media non costituiscono solo un settore economico importante e dinamico ma sono anche imprescindibili per una sfera civile sana, per le libertà economiche e per i diritti fondamentali, tra cui il diritto all'uguaglianza⁴. I media indipendenti, in particolare se mezzi di informazione, permettono a cittadini e imprese di accedere a una pluralità di opinioni e sono fonti di informazione affidabili. Essi contribuiscono a plasmare l'opinione pubblica e aiutano le persone e le imprese a elaborare pareri e a compiere scelte informate. Svolgono un ruolo cruciale nel preservare l'integrità dello spazio europeo dell'informazione e sono essenziali per il funzionamento delle nostre società democratiche e delle nostre economie. Con l'ausilio delle tecnologie digitali, i servizi di media sono sempre più accessibili, a livello transfrontaliero e mediante una varietà di strumenti, mentre la concorrenza nello spazio dei media digitali acquista una dimensione sempre più internazionale. L'Unione europea è già un modello globale per la definizione di norme in questo settore e con la presente proposta rafforza e organizza ulteriormente lo spazio europeo dell'informazione.

In tale contesto la proposta mira ad affrontare una serie di problematiche che incidono sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media e sulle attività dei fornitori di servizi di media. Le imprese del settore dei media, in particolare, incontrano difficoltà che ostacolano le loro attività e che influiscono sulle condizioni di investimento nel mercato interno, quali la diversità di norme e procedure nazionali relative alla libertà e al pluralismo dei media. Tali norme includono in particolare il controllo delle concentrazioni di mercato, volto a garantire il pluralismo dei media, e misure protezionistiche che incidono sulle attività delle imprese del settore dei media. Si tratta di norme che hanno creato una frammentazione del mercato interno con un impatto sulla certezza giuridica per gli operatori del mercato dei media e con conseguenti costi aggiuntivi quando si svolgono attività a livello transfrontaliero.

Il quadro è ulteriormente complicato da una cooperazione insufficiente tra le autorità nazionali di regolamentazione dei media⁵. Il gruppo dei regolatori europei per i servizi di

¹ Discorso della presidente von der Leyen sullo stato dell'Unione 2021, Strasburgo, 15 settembre 2021.

² COM(2021) 645 final.

³ COM(2021) 350 final e SWD(2021) 351 final.

⁴ Inoltre, i servizi di media dovrebbero essere forniti nel rispetto dei requisiti di accessibilità di cui alla direttiva (UE) 2019/882 (atto europeo sull'accessibilità) (GU L 151 del 7.6.2019, pag. 70).

⁵ Al fine di rispondere all'esigenza di aumentare la cooperazione nel settore dei servizi di media audiovisivi, i membri dell'ERGA hanno concordato un protocollo d'intesa volontario che istituisce meccanismi non vincolanti di cooperazione transfrontaliera. Nella comunicazione dal titolo "I media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la

media audiovisivi (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*, ERGA) ha un raggio d'azione limitato, riguardante esclusivamente i servizi di media audiovisivi. L'ERGA inoltre non possiede strumenti e risorse sufficienti per contribuire a risolvere questioni transfrontaliere o problemi pratici in aree chiave della regolamentazione dei media. L'insufficiente convergenza normativa che ne deriva condiziona gli operatori del mercato dei media, in particolare i fornitori di servizi di media audiovisivi e di piattaforme per la condivisione di video, e danneggia l'interesse pubblico. Il ruolo delle autorità di regolamentazione dei media è determinante anche per la protezione dai fornitori di servizi di media disonesti, compresi quelli soggetti a controllo statale, di tipo finanziario o editoriale, da parte di alcuni paesi terzi, i quali possono pregiudicare o rischiano di pregiudicare la sicurezza pubblica e la difesa.

Nel mercato interno i fornitori europei di servizi di media sono esposti anche a crescenti ingerenze nelle loro decisioni editoriali e nella loro capacità di fornire servizi di media di qualità (vale a dire servizi prodotti in modo indipendente e in linea con gli standard giornalistici), come dimostrato dalle relazioni annuali della Commissione sullo Stato di diritto⁶ e dall'Osservatorio del pluralismo dei media⁷. Il problema dipende dalla frammentarietà delle misure di salvaguardia per la prevenzione delle ingerenze nella libertà editoriale di tutti i media e dalla scarsa omogeneità delle garanzie per l'indipendenza per i media di servizio pubblico⁸, che provocano distorsioni nelle condizioni di concorrenza del mercato interno.

Infine, gli ostacoli che sussistono nel mercato interno e la disparità di condizioni dipendono dalle modalità opache e inique di allocazione delle risorse economiche. In particolare l'opacità e le distorsioni inerenti ai sistemi proprietari di misurazione dell'audience alterano i flussi delle entrate provenienti dalla pubblicità, con ripercussioni negative soprattutto per i fornitori di servizi di media e svantaggi per i concorrenti che forniscono servizi di misurazione dell'audience nel rispetto delle norme osservate nel settore⁹. Il mercato interno è distorto anche dalle modalità poco trasparenti e inique di allocazione della pubblicità statale (ossia i fondi pubblici utilizzati a scopo pubblicitario), che può essere assegnata in via preferenziale a fornitori nazionali di servizi oppure utilizzata per favorire o sovvenzionare in modo occulto determinati mezzi di informazione che diffondono opinioni filogovernative. La normativa in questo settore è frammentata e limitata¹⁰, molti Stati membri non possiedono norme

trasformazione" la Commissione aveva annunciato che avrebbe seguito da vicino l'applicazione del protocollo d'intesa al fine di valutare se vi fosse l'esigenza di rafforzare ulteriormente la collaborazione all'interno dell'ERGA. Alla luce di tale valutazione la Commissione ritiene che sia necessario un quadro giuridico per realizzare una cooperazione strutturata tra le autorità o gli organismi di regolamentazione dei media.

⁶ Relazione sullo Stato di diritto 2020, comunicazione e capitoli sui singoli paesi (COM(2020) 580 final e SWD(2020) 300-326 final); relazione sullo Stato di diritto 2021, comunicazione e capitoli sui singoli paesi (COM(2021) 700 final e SWD(2021) 701-727 final); relazione sullo Stato di diritto 2022, comunicazione e capitoli sui singoli paesi (COM(2022) 500 final e SWD(2022) 501-527 final).

⁷ Centro per il pluralismo e la libertà dei media, Osservatorio del pluralismo dei media.

⁸ I media di servizio pubblico occupano un posto determinante nel mercato dei media in ragione della loro missione di servizio pubblico. Essi rappresentano una fonte di informazioni importante, se non essenziale, per un numero considerevole di cittadini e di imprese.

⁹ La misurazione dell'audience ha un impatto diretto sull'allocazione e sui prezzi della pubblicità, che rappresenta una fonte di entrate fondamentale per il settore dei media. Si tratta di uno strumento fondamentale per valutare le prestazioni dei contenuti mediatici e per comprendere le preferenze del pubblico al fine di pianificare la produzione futura di contenuti. Gli operatori del mercato si sono tradizionalmente accordati su una serie di norme metodologiche volte a sviluppare indici di riferimento imparziali per valutare il rendimento ottenuto dai loro investimenti. In diversi Stati membri sono stati istituiti meccanismi di autoregolamentazione che riuniscono i principali portatori di interessi del settore dei media e della pubblicità, come i comitati misti di autoregolamentazione settoriale, allo scopo di predisporre e svolgere la misurazione dell'audience in modo trasparente, inclusivo e affidabile.

¹⁰ La distribuzione e la trasparenza della pubblicità statale sono in parte regolamentate da un quadro frammentato di misure specifiche per i media e di leggi generali sugli appalti pubblici, che tuttavia non riguardano tutte le spese pubblicitarie statali né offrono una protezione sufficiente contro una distribuzione preferenziale o distorta. In particolare, la direttiva 2014/24/UE del

specifiche e le norme vigenti differiscono per ambito di applicazione¹¹, a scapito della certezza giuridica e con il conseguente rischio che siano adottate decisioni arbitrarie o discriminatorie.

Pur se diversi per gravità all'interno dell'UE, nel loro complesso i problemi rendono difficile per i fornitori di servizi di media sfruttare a pieno il mercato interno, mantenere la sostenibilità economica e svolgere adeguatamente la loro funzione sociale di informare le persone e le imprese. I destinatari dei servizi di media subiscono a loro volta le conseguenze negative di un'offerta di media insufficiente o non indipendente, della disparità di condizioni e della scarsa tutela dei loro interessi.

Sia il Parlamento¹² che il Consiglio¹³ hanno ripetutamente esortato la Commissione a intervenire per rimuovere gli ostacoli al funzionamento del mercato interno dei media e promuovere il pluralismo e l'indipendenza nell'ambito di tale mercato. Secondo la relazione finale della Conferenza sul futuro dell'Europa, pubblicata il 9 maggio 2022, nelle loro proposte i cittadini hanno chiesto all'UE di promuovere ulteriormente l'indipendenza e il pluralismo dei media, in particolare introducendo una normativa che affronti le minacce all'indipendenza dei media con norme minime applicabili in tutta l'UE. Hanno chiesto inoltre che i media liberi, pluralistici e indipendenti siano difesi e sostenuti, che sia intensificata la lotta alla disinformazione e alle ingerenze straniere e che sia garantita la protezione dei giornalisti¹⁴.

In tale contesto la proposta di una legge per la libertà dei media ha l'obiettivo di migliorare il funzionamento del mercato interno dei media.

La proposta si articola intorno a quattro obiettivi specifici:

- **promuovere l'attività e gli investimenti transfrontalieri** nel settore dei servizi di media armonizzando alcuni aspetti dei divergenti quadri nazionali per il pluralismo dei media, in particolare al fine di agevolare la fornitura di servizi transfrontalieri. Attraverso il coordinamento a livello dell'UE, la proposta mira a fare in modo che le autorità nazionali indipendenti trattino le questioni relative al pluralismo e all'indipendenza dei media in modo coerente quando valutano le concentrazioni del mercato dei media;
- **aumentare la cooperazione e la convergenza normativa** attraverso strumenti transfrontalieri di coordinamento, nonché pareri e orientamenti a livello di UE. Ciò favorirà l'adozione di approcci coerenti per quanto concerne il pluralismo e

Parlamento europeo e del Consiglio non si applica ai contratti di servizio pubblico per l'acquisizione, lo sviluppo, la produzione o la coproduzione di programmi destinati a servizi di media audiovisivi o radiofonici.

¹¹ Si veda anche l'analisi delle norme nazionali in materia di pubblicità statale nella relazione annuale sullo Stato di diritto.

¹² Risoluzione del Parlamento europeo del 21 maggio 2013 sulla Carta dell'UE (2011/2246(INI)); risoluzione del Parlamento europeo del 3 maggio 2018 sul pluralismo e la libertà dei media nell'Unione europea (2017/2209(INI)); risoluzione del Parlamento europeo del 25 novembre 2020 sul rafforzamento della libertà dei media: protezione dei giornalisti in Europa, incitamento all'odio, disinformazione e ruolo delle piattaforme (2020/2009(INI)); risoluzione del Parlamento europeo del 20 ottobre 2021 sui media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la trasformazione (2021/2017(INI)); risoluzione del Parlamento europeo dell'11 novembre 2021 sul tema "Rafforzare la democrazia e la libertà e il pluralismo dei media nell'UE (2021/2036(INI)); risoluzione del Parlamento europeo del 9 marzo 2022 sulle ingerenze straniere in tutti i processi democratici nell'Unione europea, inclusa la disinformazione (2020/2268(INI)).

¹³ Conclusioni del Consiglio relative alla libertà e al pluralismo dei media nell'ambiente digitale (GU C 32 del 4.2.2014, pag. 2); conclusioni del Consiglio sulla salvaguardia di un sistema mediatico libero e pluralistico (GU C 422 del 7.12.2020, pag. 8); conclusioni del Consiglio su "I media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la trasformazione" (8727/21 del 18.5.2021); conclusioni del Consiglio sulla costruzione di una strategia europea per l'ecosistema delle industrie culturali e creative (GU C 160 del 13.4.2022, pag. 13); dichiarazione dei ministri europei responsabili della cultura, degli audiovisivi e dei media, riuniti ad Angers il 7 e 8 marzo 2022 (solo in inglese).

¹⁴ "Conferenza sul futuro dell'Europa – Relazione sul risultato finale", maggio 2022, in particolare proposta n. 27, punto 1, e proposta n. 37, punto 4.

l'indipendenza dei media e garantirà l'effettiva tutela degli utenti dei servizi di media da contenuti illegali o nocivi, compresi quelli online, e nei confronti dei fornitori di servizi (tra cui quelli di paesi terzi) che non rispettano le norme dell'UE in materia di media;

- **agevolare la fornitura di servizi di media di qualità** riducendo il rischio di ingerenze indebite, pubbliche e private, nella libertà editoriale. La proposta mira a garantire che i giornalisti e i responsabili editoriali possano lavorare senza subire ingerenze, anche quando si tratta di proteggere le proprie fonti e comunicazioni. Promuovendo l'indipendenza editoriale, la proposta assicura altresì una migliore tutela degli interessi dei destinatari dei servizi di media;
- **garantire un'allocazione trasparente ed equa delle risorse economiche** nel mercato interno dei media aumentando la trasparenza e l'equità nella misurazione dell'audience e nell'allocazione della pubblicità statale. La proposta ha lo scopo di garantire trasparenza, non discriminazione, proporzionalità, obiettività e inclusività nelle metodologie di misurazione dell'audience, soprattutto online. Ciò affinché vi sia trasparenza, non discriminazione, proporzionalità e obiettività nell'allocazione della pubblicità statale ai mezzi di informazione, per ridurre al minimo i rischi di uso improprio dei fondi pubblici per interessi di parte a scapito di altri operatori del mercato. Sarà così stimolata una concorrenza leale nell'ambito del mercato interno dei media.

La proposta legislativa è accompagnata da una raccomandazione che contiene un catalogo di buone pratiche volontarie per le imprese del settore dei media volte a promuovere l'indipendenza editoriale, e da raccomandazioni rivolte alle imprese del settore e agli Stati membri affinché promuovano una maggiore trasparenza della proprietà dei media. La raccomandazione contribuirà a ridurre i rischi di ingerenze indebite nelle decisioni editoriali individuali e a migliorare l'accesso alle informazioni sulla proprietà dei media¹⁵.

• **Coerenza con le disposizioni vigenti nel settore normativo interessato**

La presente proposta è coerente con le norme orizzontali e settoriali vigenti a livello di UE in materia di servizi online e di media. Ha lo scopo di colmare lacune normative che si ripercuotono sul funzionamento del mercato interno dei media.

A tale scopo la proposta si basa innanzitutto sulla direttiva sui servizi di media audiovisivi (AVMS)¹⁶, che disciplina il coordinamento delle legislazioni nazionali in materia di media audiovisivi a livello dell'UE. Intensifica la cooperazione nell'ambito del gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA), istituito ai sensi della direttiva, trasformandolo nel comitato europeo per i servizi di media ("il comitato"), a cui è attribuito un raggio di azione più ampio e sono conferite ulteriori mansioni¹⁷.

La proposta stabilisce nuove norme concernenti i servizi di media, quali norme in materia di protezione delle fonti e delle comunicazioni giornalistiche, di pubblicità statale e di

¹⁵ Si veda anche l'analisi sulla trasparenza della proprietà dei media nella relazione annuale sullo Stato di diritto.

¹⁶ Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1) modificata dalla direttiva (UE) 2018/1808 (GU L 303 del 28.11.2018, pag. 69).

¹⁷ Per tale motivo la proposta contiene una modifica mirata della direttiva 2010/13/UE, limitata all'abrogazione dell'articolo 30 ter, che istituisce l'ERGA, e di conseguenza a sostituire i riferimenti all'ERGA e alle sue funzioni. Conformemente alla nozione di parallelismo delle forme, uno strumento giuridico dovrebbe essere modificato, in linea di principio, da uno strumento giuridico di forma analoga. La modifica della direttiva 2010/13/UE di cui al presente regolamento è mirata e limitata a una disposizione che non necessita di essere recepita dagli Stati membri. È pertanto giustificata.

misurazione dell'audience. In tal modo essa integra la riforma sul diritto d'autore¹⁸, che sostiene la sostenibilità finanziaria della stampa.

La proposta è pienamente coerente con la direttiva sul commercio elettronico¹⁹ e il regolamento sulle relazioni piattaforme-imprese²⁰ e complementare a tali atti. È altresì coerente con le leggi sui servizi digitali²¹ e sui mercati digitali²², e ad esse complementare, che hanno istituito quadri orizzontali con norme armonizzate per i servizi online. La proposta affronta le restanti questioni specifiche del settore non trattate in modo esauriente nei due strumenti orizzontali.

La proposta integra la normativa dell'UE in materia di concorrenza, che non affronta direttamente le ricadute che le concentrazioni del mercato possono avere sul pluralismo e sull'indipendenza dei media, e le norme dell'UE in materia di aiuti di Stato, che sono applicate caso per caso (spesso ex post) e che non risolvono in modo soddisfacente i problemi causati dall'allocazione iniqua di risorse pubbliche ai fornitori di servizi di media. La proposta fa sì che la pubblicità statale sia sistematicamente soggetta a norme ex ante in materia di trasparenza, soprattutto per quanto concerne i beneficiari e gli importi spesi, nonché di allocazione equa di questo tipo di pubblicità. La proposta, e in particolare le disposizioni in materia di pubblicità statale, è coerente con la proposta di regolamento relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica²³.

La proposta è inoltre complementare e alla normativa vigente dell'UE in materia di trasparenza della proprietà e non la pregiudica. La direttiva antiriciclaggio²⁴ è lo strumento principale ai fini della trasparenza della titolarità effettiva, mentre la direttiva sul diritto societario dell'UE²⁵ disciplina le informazioni che in particolare le società di capitali devono riportare nei registri. La direttiva AVMS incoraggia gli Stati membri ad adottare misure per rendere accessibili le informazioni sull'assetto proprietario dei media audiovisivi. La proposta integrerà il quadro normativo attuale con la richiesta rivolta a tutti i fornitori di servizi di media che diffondono notizie e contenuti di attualità di fornire informazioni sulla proprietà dei media, in particolare sui proprietari diretti, indiretti ed effettivi, ai destinatari dei servizi di media.

La proposta è altresì coerente con il protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri (protocollo di Amsterdam)²⁶, che riconosce la competenza degli Stati membri a definire il mandato di servizio pubblico conferito ai media di servizio pubblico e di

¹⁸ Direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE (GU L 130 del 17.5.2019, pag. 92).

¹⁹ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ("Direttiva sul commercio elettronico") (GU L 178 del 17.7.2000, pag. 1).

²⁰ Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online (GU L 186 dell'11.7.2019, pag. 57).

²¹ COM(2020) 825 final.

²² COM(2020) 842 final.

²³ Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica (COM(2021) 731 final).

²⁴ Direttiva (UE) 2015/849 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 maggio 2015, relativa alla prevenzione dell'uso del sistema finanziario a fini di riciclaggio o finanziamento del terrorismo, che modifica il regolamento (UE) n. 648/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 2005/60/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e la direttiva 2006/70/CE della Commissione (GU L 141 del 5.6.2015, pag. 73).

²⁵ Direttiva (UE) 2017/1132 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, relativa ad alcuni aspetti di diritto societario (GU L 169 del 30.6.2017, pag. 46).

²⁶ Trattato di Amsterdam che modifica il trattato sull'Unione europea, i trattati che istituiscono le Comunità europee e alcuni atti connessi - Protocolli allegati al trattato che istituisce la Comunità europea - Protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri (GU C 340 del 10.11.1997, pag. 109).

provvedere al loro finanziamento nella misura in cui tale finanziamento non perturbi le condizioni degli scambi e la concorrenza nell'UE a un punto tale da andare contro l'interesse comune. Il protocollo di Amsterdam conferma implicitamente che i media di servizio pubblico rientrano nell'ambito del mercato interno.

La proposta è in linea con la bussola strategica per la sicurezza e la difesa²⁷ e con le conclusioni del Consiglio in materia²⁸. Rafforzando il ruolo delle autorità di regolamentazione dei media e la cooperazione tra di esse, anche su questioni che riguardano lo spazio dell'informazione dell'UE, la proposta integra le azioni intraprese per sviluppare il pacchetto di strumenti dell'UE contro la manipolazione dell'informazione e le ingerenze da parte di entità straniere.

La proposta è in linea con la raccomandazione del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri sulla governance dei media di servizio pubblico²⁹. In tale raccomandazione si afferma che i media di servizio pubblico devono operare e svilupparsi nell'ambito di un quadro di governance sostenibile che assicuri sia l'indipendenza editoriale sia la rendicontabilità pubblica necessarie.

Alla luce delle recenti minacce ai danni di fonti giornalistiche, la proposta prevede un'ulteriore garanzia volta a contrastare la diffusione di spyware nei dispositivi utilizzati dai fornitori di servizi di media o dai giornalisti sulla base delle tutele loro garantite dalla direttiva 2002/58/CE (direttiva e-privacy), dalla direttiva (UE) 2016/680 (direttiva sulla protezione dei dati nelle attività di polizia e giudiziarie) e dalla direttiva 2013/40/UE relativa agli attacchi contro i sistemi di informazione.

• **Coerenza con le altre normative dell'Unione**

La proposta si basa sul piano d'azione per la democrazia europea³⁰ con cui la Commissione ha proposto una serie di misure volte a promuovere la partecipazione democratica, combattere la disinformazione e sostenere mezzi di informazione liberi e indipendenti. Rafforzando la protezione delle fonti e delle comunicazioni giornalistiche, l'iniziativa integra la raccomandazione relativa alla garanzia della protezione, della sicurezza e dell'empowerment dei giornalisti³¹, nonché la proposta di direttiva³² e la raccomandazione³³ sulla protezione delle persone attive nella partecipazione pubblica da procedimenti giudiziari manifestamente infondati o abusivi ("azioni legali strategiche tese a bloccare la partecipazione pubblica"). La proposta prevede azioni concrete in risposta alla dichiarazione europea sui diritti e i principi digitali per il decennio digitale³⁴, che invita a salvaguardare la libertà di espressione e di informazione online, e sostiene l'attuazione del piano d'azione per i media e l'audiovisivo³⁵, con cui la Commissione ha stabilito una serie di azioni da intraprendere per rafforzare la sostenibilità finanziaria e la trasformazione digitale del settore dei media.

²⁷ Bussola strategica per la sicurezza e la difesa.

²⁸ Conclusioni del Consiglio. Sforzi complementari per rafforzare la resilienza e contrastare le minacce ibride (14972/19 del 10.12.2019); conclusioni del Consiglio sul rafforzamento della resilienza e il contrasto delle minacce ibride, compresa la disinformazione nel contesto della pandemia di COVID-19 (14064/20 del 15.12.2020), e conclusioni del Consiglio sulla manipolazione delle informazioni e le ingerenze da parte di attori stranieri (11429/22 del 18.7.2022).

²⁹ Raccomandazione CM/Rec(2012)1 del Comitato dei ministri agli Stati membri sulla governance dei media del servizio pubblico (adottata dal Comitato dei ministri il 15 febbraio 2012 in occasione della 1134ª riunione dei viceministri).

³⁰ COM(2020) 790 final.

³¹ C(2021) 6650 final.

³² COM(2022) 177 final.

³³ Raccomandazione (UE) 2022/758 della Commissione, del 27 aprile 2022, sulla protezione dei giornalisti e dei difensori dei diritti umani attivi nella partecipazione pubblica da procedimenti giudiziari manifestamente infondati o abusivi ("azioni legali strategiche tese a bloccare la partecipazione pubblica") (GU L 138 del 17.5.2022, pag. 30).

³⁴ COM(2022) 28 final.

³⁵ COM(2020) 784 final.

La proposta mira a rafforzare l'indipendenza editoriale dei fornitori di servizi di media. Parallelamente, la sostenibilità finanziaria è un elemento cruciale per la protezione dell'indipendenza editoriale da pressioni esterne e del mercato. Come emerso dai contributi dei portatori di interesse nell'ambito della consultazione pubblica, la fragilità della situazione economica del settore dei media rimane una questione aperta, che è stata aggravata dalla crisi della COVID-19. Garantire risorse finanziarie diversificate e sufficienti potrebbe servire a rafforzare la resilienza e l'indipendenza dei media, e a sostenere la fornitura di servizi di qualità ai cittadini europei.

Il settore dei media si è quindi rivolto sempre più all'UE per ottenere sostegno finanziario, anche in considerazione del fatto che la Commissione ha cofinanziato per molto tempo la copertura mediatica indipendente degli affari europei per promuovere la crescita di una sfera pubblica europea. I finanziamenti europei, pur essendo inevitabilmente limitati in relazione alla portata e all'importanza del settore, sono effettivamente efficaci nel contribuire alla ripresa del settore dalla pandemia di COVID-19, alla trasformazione digitale delle notizie e alla sperimentazione a livello transfrontaliero di nuovi formati o modelli per monetizzare i contenuti online.

Pertanto, a seguito dell'adozione del piano d'azione per i media e l'audiovisivo del dicembre 2020, la Commissione ha raggruppato azioni volte a sostenere i mezzi di informazione nel pieno rispetto dell'indipendenza editoriale. Nell'ambito del programma InvestEU, ad esempio, ha istituito MediaInvest, uno strumento apposito di investimento partecipativo progettato per promuovere la capacità finanziaria delle imprese del settore audiovisivo europeo. Dal 2022 il sostegno al capitale è disponibile anche per i mezzi di informazione in combinazione con azioni di preparazione agli investimenti volte a mobilitare gli investitori privati e ad accrescere il volume degli investimenti partecipativi. Parallelamente, nell'ambito del programma InvestEU, la Commissione sta sostenendo l'avvio di uno strumento di coinvestimento specifico con fondazioni e organizzazioni filantropiche al fine di concentrarsi su tre ambiti di intervento particolari, tra cui quello relativo a "pluralismo dei media, democrazia e cultura"³⁶. L'innovazione è un'altra priorità degli interventi previsti: nell'ambito dei programmi di ricerca e innovazione e dei programmi digitali sono disponibili finanziamenti per lo sviluppo di soluzioni innovative, fra cui rientra, in particolare, un invito a presentare proposte che sarà pubblicato a breve per lo sviluppo di uno spazio europeo di dati per i media. Inoltre, la ricerca innovativa finanziata nell'ambito di Orizzonte 2020 e Orizzonte Europa aiuta a comprendere l'impatto dei media sui cittadini e sulla democrazia e fornisce strumenti e strategie per promuovere un panorama mediatico più sano e più variegato, contrastando la disinformazione online e migliorando gli standard giornalistici. In aggiunta, gli scambi regolari con il settore che hanno luogo nell'ambito del forum europeo dei mezzi di informazione contribuiscono a monitorare l'innovazione e rappresentano una sede in cui discutere il programma dell'UE su questo tema.

A seguito dell'adozione del piano d'azione per i media e l'audiovisivo, il settore dei mezzi di informazione è divenuto una priorità specifica del programma Europa creativa, elaborato per sostenere i settori culturale e creativo. Il programma può finanziare partenariati tra le organizzazioni dei media per innovare, sperimentare nuovi formati o condividere buone pratiche commerciali a livello transfrontaliero. Il programma Europa creativa cofinanzia altresì progetti che promuovono lo sviluppo di un ambiente mediatico più pluralistico: le sovvenzioni consentono di fornire protezione ai giornalisti (compresa l'assistenza legale) e riguardano ambiti quali inchieste, monitoraggio, patrocinio, informazione al pubblico e

³⁶ Gli altri due ambiti di intervento riguardano le "trasformazioni sociali in relazione alla transizione verde" e "uguaglianza e inclusione".

sensibilizzazione. I finanziamenti dell'UE hanno sostenuto inoltre l'attività di consigli di media e dell'Osservatorio del pluralismo dei media. A partire dal 2023 la Commissione stanzierà inoltre fondi specifici nell'ambito del programma Europa creativa per sostenere i media al servizio dell'interesse pubblico, come quelli che operano nel giornalismo d'inchiesta, offrendo in tale modo il proprio contributo per un dibattito pluralistico a livello transfrontaliero e per una democrazia più sana.

La richiesta di finanziamenti per il settore dei media è superiore ai fondi disponibili. Il Parlamento europeo ha chiesto che siano incrementate le opportunità di finanziamento per il settore dei mezzi di informazione, in particolare attraverso un fondo permanente per i mezzi di informazione e il potenziamento delle dotazioni di bilancio della sezione intersettoriale e della sezione Media del programma Europa creativa³⁷. Il Consiglio ha inoltre invitato la Commissione a rafforzare i finanziamenti a favore del giornalismo indipendente³⁸. Per integrare le politiche attuali dell'UE, e infine rafforzare la resilienza finanziaria del settore, la Commissione mapperà le iniziative e i regimi finanziari pubblici sviluppati dagli Stati membri e individuerà le tendenze e le lacune dei finanziamenti.

2. BASE GIURIDICA, SUSSIDIARIETÀ E PROPORZIONALITÀ

• Base giuridica

La base giuridica della presente proposta è l'articolo 114 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea ("TFUE") che prevede la possibilità di adottare misure per il ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri che hanno per oggetto l'instaurazione ed il funzionamento del mercato interno.

La proposta ha lo scopo di affrontare la frammentarietà degli approcci normativi nazionali relativi alla libertà e al pluralismo dei media e all'indipendenza editoriale. Ciò favorirà l'adozione di un approccio comune e il coordinamento a livello dell'UE, garantirà il funzionamento ottimale del mercato interno dei servizi di media e impedirà che in futuro emergano ostacoli alle attività dei fornitori di servizi di media in tutta l'UE.

La proposta, in particolare, mira a contrastare le questioni di seguito elencate che ostacolano la fornitura di servizi di media nel mercato interno:

- restrizioni nazionali in relazione alle fonti e alle comunicazioni dei giornalisti in quanto fornitori di servizi, con ricadute sulla produzione e sulla fornitura di servizi di media;
- ingerenze nelle attività dei fornitori di servizi di media, anche nelle decisioni editoriali, e approcci divergenti in materia di tutela dell'indipendenza editoriale;
- rischio di ingerenze statali nei media di servizio pubblico a scapito della parità di condizioni nel mercato unico e della qualità dei media del servizio pubblico;
- operazioni sul mercato di operatori disonesti (inclusi fornitori di servizi di media soggetti a controllo statale, di tipo finanziario o editoriale, da parte di alcuni paesi terzi) che creano tensioni nell'applicazione delle norme in materia di libertà di circolazione all'interno dell'Unione;

³⁷ Parlamento europeo, Commissione per la cultura e l'istruzione, Relazione sui media europei nel decennio digitale: un piano d'azione per sostenere la ripresa e la trasformazione (2021/2017(INI)).

³⁸ Conclusioni del Consiglio sulla protezione e la sicurezza dei giornalisti e degli altri professionisti dei media (GU C 245 del 28.6.2022, pag. 3).

- data la crescente digitalizzazione della distribuzione dei servizi di media, rischi per la libera fornitura di servizi di media nelle piattaforme online di dimensioni molto grandi, a scapito della parità di condizioni nel mercato interno;
- misure nei mercati dei media nazionali che incidono sulle attività dei fornitori di servizi di media limitandone la libertà di circolazione all'interno dell'Unione, e di conseguenza rendono frammentario il mercato interno e generano incertezza giuridica; lo stesso vale per determinate norme e procedure nazionali per la valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale;
- scarsa trasparenza e possibili distorsioni nei sistemi e nelle metodologie di misurazione dell'audience che danno luogo a distorsioni del mercato, a scapito della parità di condizioni nel mercato interno;
- allocazione iniqua e non trasparente di spese per la pubblicità statale ad alcuni fornitori di servizi di media a scapito di altri, anche stabiliti in un altro Stato membro.

L'articolo 114 TFUE costituisce una base giuridica appropriata per la creazione di nuove strutture ai sensi del diritto dell'UE. Ciò è particolarmente rilevante in considerazione dell'aspetto relativo alla governance previsto dall'iniziativa, la quale mira a promuovere una più stretta collaborazione tra le autorità nazionali di regolamentazione dei media nell'ambito di un comitato a livello dell'UE che sarà incaricato di promuovere l'applicazione efficace e coerente della normativa dell'UE in materia di media.

Nel regolare il mercato interno, il legislatore dell'UE deve non solo garantire il rispetto dei diritti fondamentali³⁹, ma anche temperare diritti fondamentali concorrenti⁴⁰. La presente proposta di regolamento istituisce un quadro normativo armonico, coordinato e articolato sotto vari aspetti, attraverso il quale il legislatore contribuisce allo sviluppo e alla tutela del mercato interno dei servizi di media perseguendo anche diversi altri interessi pubblici legittimi (tra cui la tutela degli utenti) e conciliando in modo equo i diritti fondamentali di tutti i soggetti coinvolti.

• **Sussidiarietà**

Gli obiettivi dell'intervento non possono essere conseguiti con l'azione individuale degli Stati membri poiché i problemi sono di natura sempre più transfrontaliera e non sono limitati a singoli Stati membri o a un sottoinsieme di Stati membri. La produzione, la distribuzione e il consumo di contenuti mediatici, comprese le notizie, sono sempre più digitali e transfrontalieri, in quanto internet continua a spingere la trasformazione dei modelli commerciali tradizionali del settore dei media. La fornitura di servizi di media nell'UE è sempre più condizionata da piattaforme globali che fungono da punti di accesso ai contenuti mediatici, oltre ad essere importanti prestatori di servizi di pubblicazione di annunci online.

Un approccio comune dell'UE che promuova la convergenza, la trasparenza, la certezza giuridica e la parità di condizioni per gli operatori del mercato dei media è il modo migliore per far progredire il mercato interno dei media. Tale approccio ridurrà l'onere per i fornitori di servizi di media, che devono conformarsi a regimi giuridici nazionali diversi quando operano

³⁹ Sentenze del 13 dicembre 1979, *Hauer*, 44/79, EU:C:1979:290, punti 14-16; del 20 maggio 2003, *Österreichischer Rundfunk*, cause riunite C-465/00, C-138/01 e C-139/01, EU:C:2003:294, punti 68 e segg.; del 9 novembre 2010, *Schecke*, cause riunite C-92/09 e C-93/09, EU:C:2010:662, punto 46.

⁴⁰ Sentenze del 15 settembre 2016, *Mc Fadden*, C-484/14, EU:C:2016:170, punti 68 e segg.; del 26 aprile 2022, *Polonia/Parlamento e Consiglio ("direttiva sul diritto d'autore")*, C-401/19, EU:C:2022:29, punto 66.

in vari Stati membri. Oltre a ciò, rafforzerà la certezza giuridica per gli operatori del mercato dei media, promuovendo così la concorrenza leale e gli investimenti transfrontalieri. Consentirà inoltre alle autorità di regolamentazione dei media di adottare risposte coordinate a questioni che riguardano lo spazio dell'informazione dell'UE e in particolare la tutela degli interessi dei consumatori dell'UE.

L'iniziativa tiene debitamente conto del protocollo sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri (protocollo di Amsterdam) e dell'articolo 4, paragrafo 2, del trattato sull'Unione europea (TUE). Tale approccio non pregiudicherà la competenza degli Stati membri per quanto riguarda la possibilità di fornire finanziamenti ai media di servizio pubblico affinché questi possano adempiere al loro mandato di servizio pubblico, così come conferito, definito e organizzato a livello nazionale, né pregiudicherà le identità nazionali o le tradizioni normative nazionali nel settore dei media. Terrà altresì debitamente conto delle opinioni dei portatori di interessi; in questo senso si attaglia alla considerazione secondo cui norme dell'UE sul pluralismo dei media eccessivamente uniformi e dettagliate sarebbero indesiderate e sproporzionate, in quanto devono essere adattate al contesto storico e culturale di ciascuno Stato membro. Questa iniziativa, invece, rappresenta il giusto equilibrio tra disposizioni formulate in modo generale e norme più specifiche, al fine del conseguimento degli obiettivi strategici.

- **Proporzionalità**

L'iniziativa, che si fonda su quadri giuridici vigenti, si concentrerà esclusivamente su ambiti in cui l'azione dell'UE appare necessaria per il corretto funzionamento del mercato interno dei media, tra cui la necessità di garantire parità di condizioni e indipendenza per le attività degli operatori del mercato dei media in tutta l'UE. È limitata a questioni sulle quali gli Stati membri da soli non possono giungere a soluzioni soddisfacenti e prevede un'armonizzazione ben calibrata, che non vada oltre a quanto necessario per conseguire l'obiettivo di istituire un quadro comune per il corretto funzionamento del mercato interno dei servizi di media e al contempo garantire la qualità di tali servizi. Il fatto che molte delle norme proposte siano basate su principi contribuisce a garantire la proporzionalità delle proposte.

La presente proposta dà luogo a costi di conformità e di esecuzione ridotti, che saranno verosimilmente compensati dai notevoli benefici che apporta agli operatori del mercato dei media e ai cittadini. Aumentando la trasparenza e riducendo la frammentazione normativa del mercato, la proposta rafforzerà la certezza giuridica e la concorrenza leale, e al contempo ridurrà le distorsioni del mercato. In questo modo farà aumentare la fiducia degli investitori e renderà le transazioni transfrontaliere nel mercato dei media meno onerose, creando un ambiente favorevole agli investimenti e alla libera fornitura di servizi di media in tutta l'UE. I cittadini e le imprese beneficeranno inoltre di un'offerta mediatica maggiormente diversificata e pluralistica, di maggiore trasparenza e di un migliore accesso alle informazioni.

- **Scelta dell'atto giuridico**

La proposta è presentata in forma di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio. In considerazione delle questioni che devono essere affrontate e dato il contesto economico, sociale e politico, un regolamento è più adatto di una direttiva a garantire un livello uniforme di protezione in tutta l'UE e a ridurre le divergenze normative che ostacolerebbero la fornitura indipendente di servizi di media nel mercato interno. La proposta consentirà di applicare velocemente le nuove norme dell'UE e di affrontare quindi i problemi con maggiore rapidità. In tale modo, prevedendo disposizioni direttamente applicabili e prevenendo situazioni in cui gli Stati membri potrebbero utilizzare il processo di recepimento come pretesto per introdurre o mantenere misure legislative che nella sostanza vanno contro i fornitori di servizi di media indipendenti o che sono in altro modo discriminatorie, si eviterà un lungo processo di

recepimento e si impedirà che nel corso di tale processo emergano divergenze o distorsioni. Il ricorso a un regolamento è preferibile anche in ragione della componente istituzionale dell'iniziativa (l'istituzione del comitato). La scelta di un regolamento è altrettanto giustificata dalla crescente digitalizzazione e dal carattere sempre più transfrontaliero della fornitura di servizi di media, che richiedono un approccio rapido e coerente in tutto il mercato interno. Stabilendo disposizioni direttamente applicabili, la proposta di regolamento garantirà inoltre una cooperazione efficace ed efficiente tra le autorità e gli organi nazionali di regolamentazione dei media degli Stati membri.

3. RISULTATI DELLE VALUTAZIONI EX POST, DELLE CONSULTAZIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI E DELLE VALUTAZIONI D'IMPATTO

• Consultazioni dei portatori di interessi

La presente proposta si basa su un'ampia consultazione di tutti i portatori di interessi in linea con i principi generali e le norme per la consultazione delle parti interessate applicati dalla Commissione.

Il 21 dicembre 2021 è stato pubblicato un invito a presentare contributi che annunciava l'iniziativa e che è rimasto aperto all'invio di commenti fino al 25 marzo 2022. In totale sono pervenute 1 473 risposte⁴¹. Dal 10 gennaio al 25 marzo 2022 si è svolta una consultazione pubblica per la quale sono pervenute 917 risposte⁴². Le due iniziative sono state promosse attraverso il sito web della Commissione e social media e reti specifiche. L'invito a presentare contributi aveva lo scopo di ottenere un riscontro generale in risposta all'annuncio dell'iniziativa da parte della Commissione, mentre grazie alla consultazione pubblica sono state raccolte opinioni attraverso un questionario strutturato contenente domande specifiche sull'iniziativa.

La Commissione ha inoltre organizzato incontri con i principali portatori di interessi ed esperti per raccogliere ulteriori contributi e dati sui problemi specifici da affrontare con l'iniziativa, sull'approccio strategico e il relativo impatto, e informazioni tecniche sulle pratiche esistenti nel settore. Ha svolto altresì seminari mirati e analizzato numerosi documenti di sintesi e analitici pervenuti nel contesto della preparazione dell'iniziativa. La preparazione della valutazione d'impatto su cui si basa l'iniziativa è stata sostenuta da due studi esterni, nel cui ambito si è svolta una serie di consultazioni individuali con i principali portatori di interessi⁴³.

La Commissione ha inoltre discusso l'iniziativa con i membri del comitato di contatto di cui alla direttiva AVMS e con l'ERGA. Questi gruppi di esperti hanno rappresentato un canale diretto per interpellare le principali autorità competenti a livello di Stati membri. Al fine di raccogliere le opinioni di ricercatori ed esperti con competenze specifiche in settori attinenti (quali diritto privato e diritto costituzionale, libertà dei media e mercato interno), è stato organizzato un seminario specifico, tenutosi il 18 febbraio 2022, con rappresentanti del mondo accademico, dell'ERGA e della Commissione.

⁴¹ Commissione europea (2022). Esito dell'invito a presentare contributi. Attraverso il portale "Di' la tua" sono pervenute in totale 1 470 risposte, mentre altre tre risposte sono giunte al di fuori del sito web ma entro il termine della consultazione e sono state pertanto considerate.

⁴² Commissione europea (2022). Esito della consultazione pubblica.

⁴³ PwC, Intellera and Open evidence, "Support for the preparation of an impact assessment to accompany an EU initiative on the European Media Freedom Act", VIGIE 2021-644; Istituto universitario europeo, Katholieke Universiteit Leuven, Universiteit van Amsterdam e Vrije Universiteit Brussel, "Study on media plurality and diversity online", VIGIE 2020-825.

L'idea di una proposta legislativa che disciplini almeno alcuni settori essenziali ha ricevuto il sostegno dei cittadini e della maggior parte degli altri portatori di interessi, compresa la comunità per la libertà dei media, organizzazioni dei consumatori, autorità di regolamentazione dei media e l'ERGA, emittenti pubbliche e private, distributori di contenuti e operatori dell'ecosistema della pubblicità. Questi portatori di interessi hanno espresso un'ampia preferenza per un approccio basato su principi piuttosto che per il non intervento o per la definizione di norme dettagliate.

Organizzazioni non governative ed emittenti del servizio pubblico hanno appoggiato caldamente un'azione a livello di UE che preveda l'introduzione di garanzie per l'indipendenza editoriale, anche per i media di servizio pubblico, e hanno ricordato l'importanza del protocollo di Amsterdam. I rappresentanti delle emittenti pubbliche hanno sostenuto in particolare l'idea di misure di garanzia dell'integrità editoriale online e di orientamenti sul debito rilievo dato ai servizi di media audiovisivi di interesse generale.

I rappresentanti delle emittenti private si sono espressi soprattutto in favore di principi comuni da applicarsi per misure in materia di pluralismo dei media e per la trasparenza, l'obiettività e la verificabilità della misurazione dell'audience, concordando su quest'ultimo aspetto con editori e operatori dell'ecosistema della pubblicità. Gli editori, che tradizionalmente non sono soggetti a regolamentazione, si sono espressi in generale a favore dell'autoregolamentazione o dell'adozione di una raccomandazione. Si sono tuttavia espressi a favore di misure a livello di UE sia in tema di protezione delle fonti giornalistiche che di pubblicità statale. Forte univocità hanno espresso i cittadini, che con nettezza si sono dichiarati a favore della necessità di trasparenza ed equità nell'allocazione della pubblicità statale. Emittenti ed editori hanno invocato una regolamentazione efficace delle piattaforme online.

Per quanto concerne la governance, è stato riscontrato un ampio sostegno generale a favore della sorveglianza basata sull'ERGA, ma con divergenze di opinioni sul suo eventuale status futuro. Le autorità di regolamentazione e la comunità per la libertà dei media sono favorevoli al rafforzamento dell'ERGA, mentre le imprese e le relative associazioni preferirebbero che mantenesse l'assetto attuale. Dal canto loro, le autorità pubbliche hanno sostenuto in particolare la cooperazione normativa a livello di UE per favorire norme comuni in materia di pluralismo dei media e il rafforzamento del ruolo e delle risorse dell'ERGA per un maggiore coordinamento nell'ambito dell'UE.

- **Assunzione e uso di perizie**

Nel preparare questa proposta la Commissione si è avvalsa di un'ampia gamma di contributi.

Oltre alla consultazione pubblica e alle altre consultazioni dei portatori di interessi sopra descritte, la Commissione ha commissionato due studi esterni al fine di assicurare un livello elevato di coerenza e di comparabilità di analisi per tutti i possibili approcci strategici.

L'Osservatorio europeo dell'audiovisivo del Consiglio d'Europa ha pubblicato a sua volta una relazione speciale sulla governance e l'indipendenza dei media di servizio pubblico⁴⁴. La pubblicazione è accompagnata da una panoramica completa delle principali misure di garanzia della governance per i media di servizio pubblico in Europa.

Le relazioni della Commissione sullo Stato di diritto, le relazioni annuali prodotte dall'Osservatorio del pluralismo dei media così come alcune indagini Eurobarometro hanno fornito considerazioni e analisi su numerose questioni connesse. Tali fonti sono state usate per

⁴⁴ F.J. Cabrera Blázquez, M. Cappello, J. Talavera Milla, S. Valais, "Governance and independence of public service media", IRIS Plus, Osservatorio europeo dell'audiovisivo, Strasburgo, 2022; ed ERGA, "Internal Media Plurality in Audiovisual Media Services in the EU: Rules & Practices", 2018.

individuare i problemi, la loro portata per il mercato interno dei media e le cause scatenanti. La Commissione si è basata altresì sulle raccomandazioni del Consiglio d'Europa, concordate da tutti gli Stati membri⁴⁵.

Infine, per sostenere ulteriormente l'analisi in base a dati concreti, la Commissione ha esaminato la giurisprudenza in materia e ha condotto un'ampia disamina della letteratura, spaziando dalla letteratura accademica a una vasta gamma di relazioni e studi, compresi quelli prodotti da ONG attive nel settore della libertà e del pluralismo dei media.

- **Valutazione d'impatto**

In linea con la strategia "Legiferare meglio", la Commissione ha eseguito una valutazione d'impatto in relazione alla proposta e l'ha sottoposta all'esame del comitato per il controllo normativo della Commissione. La relazione sulla valutazione d'impatto è stata sottoposta innanzitutto al comitato per il controllo normativo il 13 maggio ed è stata discussa con esso nell'ambito di un'audizione che si è tenuta l'8 giugno. A seguito di un parere negativo espresso il 10 giugno, la relazione è stata riveduta in modo sostanziale e quindi, l'11 luglio, di nuovo sottoposta al comitato per il controllo normativo. Il 27 luglio, il comitato per il controllo normativo ha espresso parere positivo con riserva. La relazione sulla valutazione d'impatto è stata quindi ulteriormente riveduta per tenere conto dei suggerimenti migliorativi espressi dal comitato per il controllo normativo. I pareri del comitato per il controllo normativo e le osservazioni e le spiegazioni su come tali pareri sono stati presi in considerazione sono riportati nell'allegato 1 della valutazione d'impatto.

La Commissione ha esaminato le diverse opzioni strategiche per il raggiungimento dell'obiettivo generale della proposta, che è quello di migliorare il funzionamento del mercato interno dei media.

Sono state valutate tre opzioni strategiche, che presentano gradi diversi di intensità normativa:

- **opzione 1: raccomandazione sul pluralismo e l'indipendenza dei media** per incoraggiare gli Stati membri e, in certi settori, le imprese del mercato dei media a intraprendere una serie di azioni volte a promuovere il pluralismo dei media, l'indipendenza editoriale, la trasparenza e l'equità nel mercato dei media;
- **opzione 2: proposta legislativa e raccomandazione sull'indipendenza dei media**, la prima per stabilire norme comuni per il mercato interno dei servizi di media e la seconda per incoraggiare le imprese del settore dei media e gli Stati membri a promuovere l'indipendenza dei media e la trasparenza.
- **opzione 3: proposta legislativa rafforzata**, nel cui ambito a tutti gli elementi legislativi dell'opzione 2 si aggiungono ulteriori obblighi per le imprese del mercato dei media e per le autorità di regolamentazione, affinché promuovano la disponibilità di servizi di media di qualità, nonché l'allocazione trasparente ed equa delle risorse economiche nel mercato dei media.

Per la governance dello strumento legislativo di cui alle opzioni 2 e 3 sono state prese in considerazione due sotto-opzioni:

⁴⁵

Si vedano la raccomandazione CM/Rec(2012)1 del Comitato dei ministri agli Stati membri sulla governance dei media di servizio pubblico (adottata dal Comitato dei ministri il 15 febbraio 2012 in occasione della 1134ª riunione dei viceministri) e la raccomandazione CM/Rec(2018)1[1] del Comitato dei ministri agli Stati membri sul pluralismo dei media e la trasparenza della proprietà dei media.

- sotto-opzione A: un sistema di governance basato su un comitato sostenuto da un segretariato della Commissione;
- sotto-opzione B: un sistema di governance basato su un comitato assistito da un ufficio indipendente dell'UE.

Conformemente alla metodologia consolidata della Commissione, ciascuna opzione strategica è stata valutata rispetto agli impatti economici e sociali e ai diritti fondamentali. È stata scelta l'opzione 2 con la sotto-opzione A. Tale opzione consentirà di raggiungere l'obiettivo generale dell'intervento in modo efficiente, coerente, proporzionato e ampiamente efficace.

Lo strumento legislativo proposto, in particolare, consentirà di stabilire alcuni principi essenziali e norme fondamentali per il mercato dei media, di conferire mansioni importanti al comitato in quanto organo collegiale delle autorità indipendenti di regolamentazione dei media, tra cui funzioni di consulenza specialistica su aspetti normativi, tecnici e pratici della regolamentazione dei media, di emettere pareri sulle concentrazioni di mercato che potrebbero incidere sul funzionamento del mercato interno e di coordinare le azioni nei confronti dei fornitori di servizi di media (compresi quelli di paesi terzi) che non rispettano le norme dell'UE in tema di media. Sarà possibile far valere le norme e i principi stabiliti nello strumento legislativo dinanzi ai giudici nazionali, mentre la Commissione avrà la facoltà di avviare procedimenti d'infrazione, anche in casi relativi a questioni sistemiche. L'elemento non vincolante del pacchetto strategico, ossia la raccomandazione, proporrà azioni volontarie su due questioni specifiche: le garanzie per l'indipendenza dei media e la trasparenza della proprietà dei media. Questo approccio flessibile e a più livelli produrrà i benefici desiderati e ottimizzerà i costi per gli operatori del mercato dei media e le autorità pubbliche, anche in considerazione dei costi minori di un segretariato della Commissione rispetto a un ufficio dell'UE.

L'incidenza delle opzioni strategiche sulle diverse categorie di portatori di interessi è illustrata in dettaglio nell'allegato 3 della valutazione d'impatto.

• **Diritti fondamentali**

Migliorando la convergenza normativa nel mercato interno dei media, salvaguardando l'indipendenza editoriale insieme alla libertà d'impresa per i fornitori di servizi di media e aumentando la trasparenza e l'equità nell'allocazione delle risorse economiche, il regolamento proposto agevolerà la fornitura di servizi di media indipendenti e di qualità a livello transfrontaliero, promuovendo così la libertà e il pluralismo dei media. Il ruolo fondamentale del comitato, che sarà completamente indipendente dai governi e da qualsiasi altra entità pubblica o privata, nell'ambito del nuovo quadro normativo contribuirà a difendere in modo efficace e imparziale la libertà di espressione in tutta l'UE, che è tutelata dall'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (la "Carta"), corrispondente all'articolo 10 della Convenzione europea dei diritti dell'uomo.

La proposta di regolamento avrà un effetto positivo anche sulla libertà d'impresa (articolo 16 della Carta), in quanto rimuoverà gli ostacoli alla libertà di fornitura di servizi e ridurrà il rischio che alcuni operatori del mercato dei media subiscano trattamenti discriminatori.

4. INCIDENZA SUL BILANCIO

L'incidenza sul bilancio del regolamento proposto sarà coperta dagli stanziamenti previsti nel quadro finanziario pluriennale per il periodo 2021-2027 nell'ambito della dotazione finanziaria per il programma Europa creativa, come illustrato nella scheda finanziaria legislativa che accompagna la proposta.

5. ALTRI ELEMENTI

- **Piani attuativi e modalità di monitoraggio, valutazione e informazione**

La Commissione istituirà un quadro complessivo per monitorare costantemente la realizzazione, i risultati e l'impatto dello strumento legislativo. In particolare, in questo quadro rientra un nuovo meccanismo di monitoraggio indipendente per l'individuazione e la valutazione dei rischi per il funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Sono previste una valutazione dello strumento e una relazione da sottoporre al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo entro quattro anni dall'entrata in vigore e successivamente con cadenza quadriennale.

- **Illustrazione dettagliata delle singole disposizioni della proposta**

Il capo I delinea l'oggetto e l'ambito di applicazione del regolamento e contiene le definizioni dei principali termini impiegati. In particolare vi si afferma che i capi II e III della sezione 5 del regolamento sono disposizioni minime di armonizzazione.

Il capo II enuncia i diritti dei destinatari dei servizi di media e i diritti dei fornitori di servizi di media nel mercato interno. Definisce altresì le garanzie per il funzionamento indipendente dei media di servizio pubblico e i doveri dei fornitori di servizi di media nell'ambito del mercato interno.

Il capo III stabilisce un quadro per la cooperazione normativa e per il buon funzionamento del mercato dei servizi di media.

La sezione 1 stabilisce che le autorità o gli organismi nazionali indipendenti di regolamentazione degli Stati membri incaricati dell'attuazione della direttiva AVMS sono responsabili dell'applicazione delle disposizioni di cui a questo capo e conferisce loro poteri di indagine adeguati allo svolgimento dei rispettivi compiti.

La sezione 2 istituisce il comitato europeo per i servizi di media, l'organo collegiale delle autorità indipendenti di regolamentazione dei media, che, sostituendolo, succede al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA). Stabilisce le prescrizioni relative all'indipendenza del comitato e ne specifica la struttura. Il comitato riceverà l'assistenza amministrativa e organizzativa necessaria allo svolgimento delle proprie mansioni da un segretariato messo a disposizione dalla Commissione. Il capo III enuncia le mansioni del comitato ai sensi del presente regolamento.

La sezione 3 stabilisce norme e procedure per la cooperazione e la convergenza normativa nel mercato interno dei media, tra cui un meccanismo di cooperazione strutturata, richieste di misure di esecuzione, orientamenti in materia di regolamentazione dei media e il coordinamento delle misure relative ai servizi di media dei paesi terzi. Le disposizioni sono intese ad assicurare una più stretta cooperazione tra autorità e organi nazionali di regolamentazione in diverse aree della regolamentazione dei media.

La sezione 4 affronta questioni specifiche concernenti la fornitura di servizi di media in ambiente digitale. Per quanto riguarda la fornitura di servizi di media su piattaforme online di dimensioni molto grandi, la proposta di raccomandazione si basa sulla legislazione orizzontale vigente e offre ulteriori garanzie a tutela dell'integrità editoriale dei contenuti forniti online da fornitori di servizi di media che aderiscono a specifiche norme di regolamentazione o autoregolamentazione, avviando inoltre un dialogo strutturato tra le piattaforme online di dimensioni molto grandi e le controparti dell'ecosistema dei media. Tale sezione prevede altresì il diritto alla personalizzazione dell'offerta di media audiovisivi nei dispositivi e nelle interfacce utente che controllano l'accesso ai servizi di media audiovisivi e

stabilisce il corrispondente obbligo per i fabbricanti e gli sviluppatori di rendere possibile tale personalizzazione sotto il profilo tecnico.

La sezione 5 definisce un quadro giuridico per le misure nazionali che incidono sulle attività dei fornitori di servizi di media e stabilisce prescrizioni per le norme e le procedure nazionali relative alla valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale. Il comitato sarà incaricato di prendere posizione su questioni che possono incidere sul funzionamento del mercato interno.

La sezione 6 stabilisce prescrizioni relative ai sistemi e alle metodologie di misurazione dell'audience utilizzati dagli operatori del mercato. Le norme sono accompagnate dall'invito a redigere codici di condotta e a promuovere scambi delle migliori prassi. La sezione 6 prevede inoltre prescrizioni comuni per l'allocazione delle spese per la pubblicità statale ai fornitori di servizi di media, fatte salve le norme in materia di appalti pubblici e di aiuti di Stato.

Il capo IV stabilisce le prescrizioni finali, in particolare per quanto concerne il monitoraggio, la valutazione e le relazioni. Il regolamento prevede un meccanismo che consentirà alla Commissione di monitorare regolarmente i rischi a cui è esposto il funzionamento del mercato interno dei servizi di media, in consultazione con il comitato. Il capo IV abroga inoltre l'articolo in questione della direttiva AVMS e specifica l'entrata in vigore e l'inizio dell'applicazione del presente regolamento.

Proposta di

REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

**che istituisce un quadro comune per i servizi di media nell'ambito del mercato interno
(legge europea per la libertà dei media) e modifica la direttiva 2010/13/UE**

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 114,
vista la proposta della Commissione europea,
previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,
visto il parere del Comitato economico e sociale europeo,
visto il parere del Comitato delle regioni,
deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria,
considerando quanto segue:

- (1) I servizi di media indipendenti svolgono un ruolo unico nell'ambito del mercato interno. Oltre a costituire un settore economicamente importante e in rapida evoluzione, permettono a cittadini e imprese di accedere a una pluralità di opinioni e di fonti di informazione affidabili, svolgendo in questo modo una funzione di controllo pubblico di interesse generale. I servizi di media sono sempre più accessibili online e a livello transfrontaliero, sebbene non siano soggetti alle stesse norme e non godano dello stesso livello di protezione nei diversi Stati membri.
- (2) Considerato il loro ruolo unico, tutelare la libertà e il pluralismo dei media è essenziale affinché il mercato interno dei servizi di media (o "mercato interno dei media") funzioni bene. Si tratta di un mercato che è profondamente mutato dall'inizio del nuovo secolo, diventando sempre più digitale e internazionale. Esso offre numerose opportunità economiche ma deve anche affrontare numerose sfide. Occorre che l'Unione aiuti il settore dei media a cogliere le opportunità presenti nel mercato interno, proteggendo allo stesso tempo i valori comuni dell'Unione e dei suoi Stati membri, come la tutela dei diritti fondamentali.
- (3) Nello spazio dei media digitali i cittadini e le imprese accedono e consumano contenuti mediatici che sono immediatamente accessibili sui loro dispositivi personali, in un contesto sempre più transfrontaliero. Le piattaforme online globali fungono da punti di accesso ai contenuti mediatici, mentre determinati modelli commerciali tendono a basarsi sulla disintermediazione dell'accesso ai servizi di media e ad amplificare la polarizzazione dei contenuti e la disinformazione. Al contempo, queste piattaforme sono fornitori fondamentali di pubblicità online, distraendo risorse finanziarie dal settore dei media con ripercussioni sulla sostenibilità finanziaria di

quest'ultimo e di conseguenza sulla diversità dei contenuti proposti. Essendo ad alta densità di capitale e di conoscenza, i servizi di media devono essere di una certa portata per rimanere competitivi e prosperare nel mercato interno. A tale fine, la possibilità di offrire servizi a livello transfrontaliero e ricevere investimenti sia all'interno di un determinato Stato membro sia da altri Stati membri è particolarmente importante.

- (4) Il mercato interno dei servizi di media però non è sufficientemente integrato e al suo interno sussistono restrizioni nazionali che limitano la libertà di circolazione. In particolare, la presenza di norme e approcci nazionali diversi nei confronti del pluralismo dei media e dell'indipendenza editoriale, l'insufficiente cooperazione tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, così come modalità non trasparenti e inique di allocazione delle risorse pubbliche e private, rendono difficile per gli operatori del mercato dei media operare ed espandersi a livello transfrontaliero e provocano disparità di condizioni nell'Unione. L'integrità del mercato interno dei servizi di media può essere compromessa anche da fornitori che si dedichino in modo sistematico ad attività di disinformazione, tra cui manipolazione delle informazioni e ingerenze, e abusino delle libertà del mercato interno; tra questi vi sono anche fornitori di servizi di media controllati statalmente e finanziati da certi paesi terzi.
- (5) Inoltre, in risposta alle sfide poste al pluralismo dei media e alla libertà dei media online, alcuni Stati membri hanno adottato misure normative, ed è probabile che altri Stati membri facciano altrettanto, con il rischio di aggravare le divergenze tra gli approcci e le restrizioni nazionali alla libera circolazione nel mercato interno.
- (6) I destinatari dei servizi di media all'interno dell'Unione (persone fisiche che hanno la cittadinanza di uno Stato membro o che beneficiano dei diritti conferiti loro dal diritto dell'Unione e persone giuridiche stabilite nell'Unione) dovrebbero poter godere pienamente della libertà di usufruire di servizi di media liberi e pluralistici nel mercato interno. Nel promuovere i flussi transfrontalieri di servizi di media occorre garantire un livello minimo di tutela dei destinatari dei servizi nel mercato interno. Ciò sarebbe conforme al diritto di ricevere o di comunicare informazioni ai sensi dell'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea ("la Carta"). È pertanto necessario armonizzare alcuni aspetti delle norme nazionali relative ai servizi di media. Secondo la relazione finale della Conferenza sul futuro dell'Europa, i cittadini hanno chiesto all'UE di promuovere ulteriormente l'indipendenza e il pluralismo dei media, in particolare introducendo una normativa che affronti le minacce all'indipendenza dei media attraverso norme minime applicabili in tutta l'UE⁴⁶.
- (7) Ai fini del presente regolamento, la definizione di servizi di media dovrebbe limitarsi ai servizi definiti dal trattato, inglobando quindi tutte le forme di attività economica. Tale definizione dovrebbe escludere i contenuti prodotti dagli utenti e caricati su una piattaforma online, a meno che tali contenuti non si configurino come prestazioni di attività professionale svolte normalmente dietro compenso (finanziario o di altra natura). Dovrebbe altresì escludere la corrispondenza esclusivamente privata, come i messaggi di posta elettronica, così come tutti i servizi il cui scopo principale non sia la fornitura di programmi audiovisivi o audio o di pubblicazioni di carattere giornalistico, ossia il cui contenuto sia meramente incidentale al servizio e non ne costituisca la finalità principale, come pubblicità o informazioni relative a un prodotto o a un

⁴⁶ "Conferenza sul futuro dell'Europa – Relazione sul risultato finale", maggio 2022, in particolare proposta n. 27, punto 1, e proposta n. 37, punto 4.

servizio fornite da siti web che non offrono servizi di media. La definizione di servizi di media dovrebbe comprendere in particolare le trasmissioni televisive o radiofoniche, i servizi di media audiovisivi a richiesta, i podcast audio e le pubblicazioni di carattere giornalistico. La comunicazione aziendale e la distribuzione di materiale informativo o promozionale a entità pubbliche o private dovrebbero essere escluse dall'ambito di tale definizione.

- (8) Nel mercato digitalizzato dei media, i fornitori di piattaforme per la condivisione di video o di piattaforme online di dimensioni molto grandi possono rientrare nella definizione di fornitori di servizi di media. In genere questo tipo di fornitori riveste un ruolo fondamentale nell'organizzazione dei contenuti, anche attraverso metodi automatizzati o algoritmi, ma non esercita la responsabilità editoriale sui contenuti a cui dà accesso. Tuttavia, in un ambiente mediatico sempre più convergente, alcuni fornitori di piattaforme per la condivisione di video o di piattaforme online di dimensioni molto grandi hanno cominciato a esercitare un controllo editoriale su una o più sezioni dei loro servizi. Questo tipo di soggetto potrebbe quindi essere definito sia come fornitore di piattaforme per la condivisione di video o di piattaforme online di dimensioni molto grandi sia come fornitore di servizi di media.
- (9) La definizione di misurazione dell'audience dovrebbe comprendere sistemi di misurazione sviluppati rispettando norme settoriali nell'ambito di organismi di autoregolamentazione, quali i comitati misti settoriali, e sistemi di misurazione sviluppati al di fuori di tali approcci di autoregolamentazione. Questi ultimi sono tendenzialmente utilizzati da alcuni operatori online che misurano la propria audience o forniscono loro sistemi di misurazione dell'audience proprietari che non sono necessariamente conformi alle norme settoriali comunemente riconosciute. Dato l'impatto significativo che hanno sui mercati della pubblicità e dei media, tali sistemi di misurazione dell'audience dovrebbero essere disciplinati dal presente regolamento.
- (10) La pubblicità statale dovrebbe essere intesa in senso ampio in modo da comprendere attività promozionali o di autopromozione svolte da, a favore o per conto di un'ampia gamma di autorità o entità pubbliche, inclusi governi, autorità o organismi di regolamentazione, nonché imprese statali o altri enti controllati dallo Stato in diversi settori, a livello nazionale o regionale, o governi locali di enti territoriali con più di 1 milione di abitanti. La definizione di pubblicità statale non dovrebbe tuttavia includere i messaggi di emergenza diramati da autorità pubbliche necessari, ad esempio, in caso di calamità naturali o disastri sanitari, incidenti o eventi improvvisi che possano arrecare danno a persone.
- (11) Affinché la società goda dei benefici del mercato interno dei media è fondamentale garantire non solo le libertà fondamentali sancite dal trattato, ma anche la certezza giuridica di cui necessitano i destinatari dei servizi di media per poter fruire dei vantaggi che ne derivano. I destinatari dovrebbero poter accedere a servizi di media di qualità prodotti da giornalisti e responsabili editoriali in modo indipendente e in linea con gli standard giornalistici, contenenti quindi informazioni affidabili, tra cui notizie e contenuti di attualità. Da tale diritto non deriva alcun obbligo corrispondente per i fornitori di servizi di media di rispettare norme che non siano esplicitamente stabilite per legge. I servizi di media di qualità costituiscono anche un antidoto alla disinformazione, tra cui le manipolazioni dell'informazione e le ingerenze da parte di entità straniere.
- (12) Il presente regolamento non pregiudica la libertà di espressione garantita a ogni individuo dalla Carta. La Corte europea dei diritti dell'uomo ha osservato che in un

settore delicato come quello dei media audiovisivi, al dovere negativo di non ingerenza si aggiunge, per l'autorità pubblica, l'obbligo positivo di realizzare un quadro legislativo e amministrativo adeguato per garantire un pluralismo effettivo⁴⁷.

- (13) Il libero flusso di informazioni affidabili è essenziale per il buon funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Per questa ragione la fornitura di servizi di media non dovrebbe essere soggetta ad alcuna restrizione contraria al presente regolamento o ad altre norme del diritto dell'Unione, come la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio⁴⁸, che prevede misure necessarie per tutelare gli utenti da contenuti illegali e nocivi. Le restrizioni potrebbero derivare altresì da misure applicate da autorità pubbliche nazionali nel rispetto del diritto dell'Unione.
- (14) La tutela dell'indipendenza editoriale è una condizione preliminare necessaria per l'esercizio dell'attività dei fornitori di servizi di media e per la loro integrità professionale. L'indipendenza editoriale è particolarmente importante per i fornitori di servizi di media che forniscono notizie e contenuti di attualità in considerazione del ruolo sociale che tali contenuti rivestono in quanto bene pubblico. I fornitori di servizi di media dovrebbero poter svolgere le loro attività economiche liberamente nel mercato interno e competere su un piano di parità in un ambiente sempre più online dove le informazioni fluiscono attraverso le frontiere.
- (15) Gli Stati membri hanno adottato approcci differenti alla tutela dell'indipendenza editoriale, che è sottoposta a sfide sempre maggiori in tutta l'Unione. In particolare, in numerosi Stati membri si registrano crescenti ingerenze nelle decisioni editoriali dei fornitori di servizi di media. Si tratta di ingerenze che possono essere dirette o indirette, esercitate dallo Stato o da altri soggetti, tra cui autorità pubbliche, funzionari eletti, funzionari amministrativi e personaggi politici, ad esempio al fine di ottenere un vantaggio politico. Gli azionisti o altri soggetti privati che hanno interessi nel settore della fornitura di servizi di media possono agire in modi che vanno al di là del necessario equilibrio tra la loro libertà d'impresa e la libertà di espressione, da una parte, e tra la libertà editoriale di espressione e i diritti all'informazione degli utenti, dall'altra, per perseguire vantaggi economici o di altro tipo. A ciò si aggiunga che recenti tendenze nella distribuzione e nel consumo di contenuti mediatici, soprattutto nell'ambiente online, hanno spinto gli Stati membri a considerare l'opportunità di adottare leggi mirate a regolamentare la fornitura di contenuti mediatici. Anche gli approcci adottati dai fornitori di servizi di media sono eterogenei. Ne consegue che nel mercato interno le condizioni per l'esercizio delle attività economiche da parte dei fornitori di servizi di media e, in ultima istanza, la qualità dei servizi di media che giungono ai cittadini e alle imprese risentono negativamente di tali ingerenze e della frammentazione della normativa e degli approcci. È pertanto necessario stabilire garanzie efficaci che consentano l'esercizio della libertà editoriale in tutta l'Unione, in modo che i fornitori di servizi di media possano produrre e distribuire i loro contenuti in maniera indipendente a livello transfrontaliero e che i destinatari dei servizi possano ricevere tali contenuti.
- (16) I giornalisti e responsabili editoriali sono i soggetti principali della produzione e della fornitura di contenuti mediatici affidabili, in particolare per il fatto che comunicano notizie o contenuti di attualità. È pertanto fondamentale tutelare la capacità dei

⁴⁷

Centro Europa 7 S.R.L. e Di Stefano c. Italia, n. 38433/09, punto 134, CEDU 2012.

⁴⁸

Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1).

giornalisti di raccogliere, verificare e analizzare le informazioni, comprese quelle comunicate in via confidenziale. In particolare, i fornitori di servizi di media e i giornalisti (inclusi coloro che sono impiegati in forme di lavoro atipiche, come i free lance) dovrebbero poter confidare in una solida protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni, anche rispetto all'utilizzo di tecnologie di sorveglianza, poiché in assenza di tali misure di protezione potrebbero essere dissuasi dal collaborare con i media per informare il pubblico su argomenti di interesse comune. Di conseguenza la libertà dei giornalisti di esercitare la loro attività economica e di svolgere la loro funzione vitale di controllo pubblico potrebbe essere compromessa, con ripercussioni negative per quanto riguarda l'accesso a servizi di media di qualità. La protezione delle fonti giornalistiche contribuisce alla tutela dei diritti fondamentali sanciti dall'articolo 11 della Carta.

- (17) La protezione delle fonti giornalistiche è attualmente regolamentata in modo eterogeneo negli Stati membri. Alcuni di essi prevedono una protezione assoluta dalle coercizioni nei confronti dei giornalisti a divulgare informazioni circa l'identità della loro fonte nei procedimenti penali e amministrativi. Altri Stati membri prevedono una protezione qualificata limitata ai procedimenti giudiziari basati su accuse di natura penale, mentre altri prevedono una protezione che assume la forma di principio generale. Tutto ciò dà luogo a una frammentazione normativa nel mercato interno dei media. Ne consegue che i giornalisti, che lavorano sempre più su progetti di natura transfrontaliera e che forniscono i loro servizi a utenti e, per estensione, a fornitori di servizi di media transfrontalieri, possono andare incontro a ostacoli, incertezza giuridica e disparità di condizioni di concorrenza. La protezione delle fonti e delle comunicazioni giornalistiche ha pertanto bisogno di essere armonizzata e ulteriormente rafforzata a livello di Unione.
- (18) I media di servizio pubblico istituiti dagli Stati membri svolgono un ruolo particolare nel mercato interno dei media in quanto, nell'ambito della loro missione, garantiscono ai cittadini e alle imprese accesso a informazioni di qualità e a una copertura mediatica imparziale. Tuttavia i media di servizio pubblico possono essere particolarmente esposti al rischio di ingerenze, data la loro vicinanza istituzionale allo Stato e a motivo dei finanziamenti pubblici che ricevono. Questo rischio può essere aggravato dalla disparità delle garanzie a tutela dell'indipendenza della governance e dell'equilibrio della copertura mediatica da parte dei media di servizio pubblico nell'Unione. Tale situazione può condurre a una copertura mediatica distorta o parziale, a una concorrenza falsata nel mercato interno dei media, e può incidere negativamente sull'accesso a servizi di media indipendenti e imparziali. È pertanto necessario, sulla base delle norme internazionali elaborate a questo riguardo dal Consiglio d'Europa, istituire garanzie giuridiche per il funzionamento indipendente dei media di servizio pubblico in tutta l'Unione. È altresì necessario garantire che, fatta salva l'applicazione della normativa dell'Unione in materia di aiuti di Stato, i fornitori di media di servizio pubblico usufruiscano di finanziamenti sufficienti e stabili per svolgere la loro missione, tali da assicurare loro la prevedibilità della pianificazione. Preferibilmente tali finanziamenti dovrebbero essere decisi e ottenuti su base pluriennale, in linea con la missione di servizio pubblico dei fornitori di media di servizio pubblico, in modo da non lasciare spazio per ingerenze indebite derivanti da negoziati di bilancio annuali. Le prescrizioni di cui al presente regolamento non incidono sulla competenza degli Stati membri di provvedere al finanziamento dei media di servizio pubblico come sancito dal protocollo n. 29 sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri, allegato al trattato sull'Unione europea e al trattato sul funzionamento dell'Unione europea.

- (19) È fondamentale che i destinatari dei servizi di media sappiano con certezza chi sta dietro ai mezzi di informazione e chi li possiede, in modo da poter individuare e comprendere i potenziali conflitti di interesse, il che rappresenta un prerequisito per la formazione di opinioni ben informate e di conseguenza per la partecipazione attiva a una democrazia. Tale trasparenza è anche uno strumento efficace per limitare i rischi di ingerenze nell'indipendenza editoriale. È pertanto necessario introdurre obblighi di informazione comuni per tutti i fornitori di servizi di media pertinenti in tutta l'Unione, che dovrebbero includere obblighi proporzionati di informazione sugli assetti proprietari. In tale contesto, le misure adottate dagli Stati membri ai sensi dell'articolo 30, paragrafo 9, della direttiva (UE) 2015/849⁴⁹ non dovrebbero essere pregiudicate. Le informazioni richieste dovrebbero essere divulgate dai fornitori sui rispettivi siti web o su altri mezzi il cui accesso sia semplice e diretto.
- (20) Per l'integrità dei media è necessario anche un approccio attivo, affinché le imprese del settore dei media promuovano l'indipendenza editoriale, in particolare mediante garanzie interne. I fornitori di servizi di media dovrebbero adottare misure proporzionate per garantire ai responsabili editoriali, una volta concordata la linea editoriale generale tra questi e i proprietari, la libertà di prendere decisioni individuali nell'ambito della loro attività professionale. L'obiettivo di difendere i responsabili editoriali da ingerenze indebite nelle decisioni da loro adottate su contenuti specifici nell'ambito del loro lavoro quotidiano contribuisce a garantire parità di condizioni nel mercato interno dei servizi di media e la qualità di tali servizi. L'obiettivo è conforme anche al diritto fondamentale di ricevere o di comunicare informazioni di cui all'articolo 11 della Carta. Alla luce di tali considerazioni, i fornitori di servizi di media dovrebbero anche garantire ai destinatari dei loro servizi la trasparenza in merito a effettivi o possibili conflitti di interesse.
- (21) Per ridurre gli oneri normativi, le microimprese di cui all'articolo 3 della direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio⁵⁰ dovrebbero essere escluse dagli obblighi concernenti le garanzie interne e di informazione, ai fini dell'indipendenza delle decisioni editoriali individuali. I fornitori di servizi di media dovrebbero inoltre essere liberi di adattare le garanzie interne alle loro esigenze, soprattutto se sono piccole e medie imprese ai sensi del suddetto articolo. La raccomandazione che accompagna il presente regolamento⁵¹ contiene un catalogo di garanzie interne volontarie che possono essere adottate a questo riguardo nell'ambito delle imprese del settore dei media. Il presente regolamento non dovrebbe essere interpretato in modo da privare i proprietari dei fornitori privati di servizi di media della loro prerogativa di fissare obiettivi strategici o generali e di promuovere la crescita e la sostenibilità finanziaria delle loro imprese. A tale proposito il presente regolamento riconosce che l'obiettivo di promuovere l'indipendenza dei media deve essere conciliato con i diritti e gli interessi legittimi dei proprietari privati di media.
- (22) Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione indipendenti sono fondamentali per la corretta applicazione della legge sui media in tutta l'Unione. Le

⁴⁹ Direttiva (UE) 2015/849 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 maggio 2015, relativa alla prevenzione dell'uso del sistema finanziario a fini di riciclaggio o finanziamento del terrorismo, che modifica il regolamento (UE) n. 648/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 2005/60/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e la direttiva 2006/70/CE della Commissione (GU L 141 del 5.6.2015, pag. 73).

⁵⁰ Direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 giugno 2013, relativa ai bilanci d'esercizio, ai bilanci consolidati e alle relative relazioni di talune tipologie di imprese, recante modifica della direttiva 2006/43/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e abrogazione delle direttive 78/660/CEE e 83/349/CEE del Consiglio (GU L 182 del 29.6.2013, pag. 19).

⁵¹ GU C [...] del [...], pag. [...].

autorità o gli organismi di regolamentazione nazionali di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE si trovano nella posizione migliore per garantire la corretta applicazione delle prescrizioni relative alla cooperazione normativa e al buon funzionamento del mercato dei servizi di media, come prevede il capo III del presente regolamento. Al fine di garantire l'applicazione coerente del presente regolamento e del diritto dell'Unione in materia di media è necessario istituire un organismo consultivo indipendente a livello dell'Unione che riunisca tali autorità o organi e ne coordini gli interventi. Il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA), istituito dalla direttiva 2010/13/UE, ha svolto un ruolo essenziale nel promuovere l'attuazione coerente di detta direttiva. Il comitato europeo per i servizi di media ("il comitato") dovrebbe quindi prendere le mosse dall'ERGA e sostituirlo. A tale fine è necessaria una modifica mirata della direttiva 2010/13/UE per eliminare l'articolo 30 ter, che istituisce l'ERGA, e di conseguenza sostituire i riferimenti all'ERGA e alle sue funzioni. La modifica della direttiva 2010/13/UE contenuta nel presente regolamento è in questo caso giustificata, in quanto si limita a una disposizione che non necessita di essere recepita dagli Stati membri e che è rivolta alle istituzioni dell'Unione.

- (23) Il comitato dovrebbe riunire alti rappresentanti delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE, nominati da tali autorità o organismi. Nei casi in cui uno Stato membro abbia molteplici autorità o organismi di regolamentazione competenti, anche a livello regionale, dovrebbe essere scelto, servendosi di procedure adeguate, un rappresentante comune e il diritto di voto dovrebbe restare limitato a un rappresentante per ogni Stato membro. Ciò non dovrebbe impedire ad altre autorità o altri organismi nazionali di regolamentazione di partecipare, se del caso, alle riunioni del comitato. Il comitato, d'intesa con la Commissione, dovrebbe altresì avere la possibilità di invitare alle proprie riunioni esperti e osservatori, tra cui in particolare autorità o organismi di regolamentazione di paesi candidati, di potenziali paesi candidati, di paesi del SEE o delegati ad hoc di altre autorità nazionali competenti. Data la sensibilità del settore dei media, seguendo la prassi decisionale dell'ERGA conformemente al suo regolamento interno, il comitato dovrebbe adottare le sue decisioni a maggioranza di due terzi dei voti.
- (24) Fatti salvi i poteri conferiti alla Commissione dai trattati, è fondamentale che la Commissione e il comitato operino in stretta collaborazione. Nello specifico, il comitato dovrebbe sostenere attivamente la Commissione nel compito di garantire l'applicazione coerente del presente regolamento e delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE. A tale scopo il comitato dovrebbe in particolare consigliare e assistere la Commissione su aspetti normativi, tecnici o pratici pertinenti all'applicazione del diritto dell'Unione, promuovere la cooperazione e lo scambio efficace di informazioni, esperienze e migliori prassi e, in accordo con la Commissione o su sua richiesta, elaborare pareri nei casi previsti dal presente regolamento. Per poter svolgere efficacemente le proprie funzioni il comitato dovrebbe poter contare sulle competenze e sulle risorse umane di un segretariato fornito dalla Commissione. Il segretariato della Commissione dovrebbe fornire sostegno amministrativo e organizzativo al comitato aiutandolo nell'espletamento delle sue funzioni.
- (25) La cooperazione normativa tra le autorità o gli organismi indipendenti di regolamentazione dei media è fondamentale ai fini del corretto funzionamento del mercato interno dei servizi di media. La direttiva 2010/13/UE non prevede però un

quadro di cooperazione strutturato per le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione. Dalla revisione del quadro dell'UE per i servizi di media audiovisivi con la direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio⁵², che ne ha esteso l'ambito di applicazione alle piattaforme per la condivisione di video, è andata sempre più crescendo l'esigenza di realizzare una stretta collaborazione tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, in particolare per risolvere questioni transfrontaliere. Tale esigenza è giustificata anche dalle nuove sfide dell'ambiente dei media dell'UE che il presente regolamento cerca di affrontare, anche conferendo nuove funzioni alle autorità o agli organismi nazionali di regolamentazione.

- (26) Per assicurare l'applicazione efficace del diritto dell'UE in materia di media, per prevenire l'elusione delle norme vigenti in materia di media da parte di fornitori di servizi di media disonesti e per evitare l'emergere di nuovi ostacoli nel mercato interno dei servizi di media, è fondamentale istituire un quadro di riferimento chiaro e giuridicamente vincolante per le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, affinché collaborino in modo efficace ed efficiente.
- (27) Considerata la natura paneuropea delle piattaforme per la condivisione di video, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione necessitano di uno strumento apposito per proteggere gli utenti dei servizi di dette piattaforme da determinati contenuti illegali e nocivi, anche comunicazioni commerciali. Nello specifico, vi è la necessità di un meccanismo che consenta a qualunque autorità o organismo nazionale di regolamentazione competente di richiedere ai propri omologhi di intraprendere azioni necessarie e proporzionate per garantire l'esecuzione degli obblighi di cui a questo articolo da parte dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video. Qualora il ricorso a tale meccanismo non conduca a una soluzione amichevole, la libertà di fornire servizi della società dell'informazione da un altro Stato membro può essere limitata in presenza delle condizioni di cui all'articolo 3 della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio⁵³ secondo la procedura ivi stabilita.
- (28) È fondamentale garantire una prassi regolamentare coerente per il presente regolamento e la direttiva 2010/13/UE. A questo scopo, e al fine di contribuire a garantire un'attuazione convergente del diritto dell'UE in materia di media, la Commissione può, se necessario, emanare orientamenti sulle questioni trattate sia dal presente regolamento sia dalla direttiva 2010/13/UE. Nel decidere di emanare orientamenti, è opportuno che la Commissione consideri soprattutto le questioni normative che interessano numerosi Stati membri o che presentano un elemento transfrontaliero. Questo vale in particolare per le misure nazionali adottate a norma dell'articolo 7 bis della direttiva 2010/13/UE sul debito rilievo dato ai servizi di media audiovisivi di interesse generale. In considerazione della grande quantità di informazioni e del crescente impiego di strumenti digitali per accedere ai media, è importante garantire rilievo ai contenuti di interesse generale in modo da contribuire alla parità di condizioni nel mercato interno e al rispetto del diritto fondamentale di ricevere informazioni di cui all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali

⁵² Direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi), in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato (GU L 303 del 28.11.2018, pag. 69).

⁵³ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno ("direttiva sul commercio elettronico") (GU L 178 del 17.7.2000, pag. 1).

dell'Unione europea. Date le possibili ripercussioni delle misure nazionali adottate a norma dell'articolo 7 bis sul funzionamento del mercato interno dei media, gli orientamenti della Commissione sarebbero importanti per giungere alla certezza giuridica in questo campo. Sarebbe altresì utile prevedere orientamenti in merito alle misure nazionali adottate a norma dell'articolo 5, paragrafo 2, della direttiva 2010/13/UE al fine di garantire la disponibilità pubblica di informazioni accessibili, accurate e aggiornate in merito alla proprietà dei media. È opportuno che la Commissione sia assistita dal comitato nella preparazione degli orientamenti. In particolare, il comitato dovrebbe mettere a disposizione della Commissione le proprie competenze normative, tecniche e pratiche sui settori e gli argomenti trattati dai rispettivi orientamenti.

- (29) Al fine di garantire parità di condizioni nella fornitura di diversi servizi di media audiovisivi a fronte degli sviluppi tecnologici del mercato interno, è necessario elaborare prescrizioni tecniche comuni per i dispositivi che controllano o gestiscono l'accesso ai servizi di media audiovisivi e il loro utilizzo o trasportano i segnali digitali che trasferiscono i contenuti audiovisivi dalla fonte alla destinazione. In questo contesto è importante evitare che le norme tecniche siano divergenti e creino ostacoli e costi aggiuntivi per il settore e i consumatori, e allo stesso tempo favorire soluzioni affinché siano attuati gli obblighi vigenti in materia di servizi di media audiovisivi.
- (30) Le autorità o gli organismi di regolamentazione di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE possiedono competenze pratiche specifiche per bilanciare gli interessi dei fornitori e quelli dei destinatari dei servizi di media, garantendo al contempo il rispetto della libertà di espressione. Ciò è particolarmente importante per proteggere il mercato interno dalle attività dei fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dall'Unione che si rivolgono al pubblico dell'Unione qualora, anche in considerazione del controllo che può essere esercitato su di essi da paesi terzi, possano pregiudicare o rischiare di pregiudicare la sicurezza pubblica e la difesa. A tale riguardo il coordinamento tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, che è mirato ad affrontare insieme le eventuali minacce alla sicurezza pubblica e alla difesa provenienti da questi servizi di media, deve essere rafforzato e dotato di un quadro giuridico in modo da garantire la possibilità di un coordinamento efficace delle misure nazionali adottate, in linea con la legislazione dell'Unione in materia di media. Per fare in modo che i servizi di media sospesi in certi Stati membri ai sensi dell'articolo 3, paragrafi 3 e 5, della direttiva 2010/13/UE cessino di essere forniti via satellite o altri mezzi in tali Stati membri, dovrebbe essere disponibile anche un meccanismo di cooperazione o assistenza reciproca accelerata per garantire l'effetto utile delle misure nazionali del caso, nel rispetto del diritto dell'Unione. È inoltre necessario coordinare le misure nazionali che possono essere adottate per contrastare le minacce alla sicurezza pubblica e alla difesa provenienti da servizi di media stabiliti al di fuori dall'Unione e rivolti al pubblico dell'Unione, anche prevedendo la possibilità per il comitato, di concerto con la Commissione, di emettere pareri su tali misure, se del caso. A tale riguardo, i rischi per la sicurezza pubblica e la difesa devono essere valutati tenendo conto di tutti gli elementi di fatto e di diritto pertinenti, a livello nazionale ed europeo. Ciò non pregiudica la competenza dell'Unione di cui all'articolo 215 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea.
- (31) Le piattaforme online di dimensioni molto grandi servono come punti di accesso ai servizi di media per molti utenti. I fornitori di servizi di media che esercitano la responsabilità editoriale sui loro contenuti rivestono un ruolo importante per la diffusione delle informazioni e l'esercizio della libertà di informazione online.

Nell'esercizio di tale responsabilità editoriale, essi dovrebbero agire con diligenza e fornire informazioni affidabili e rispettose dei diritti fondamentali in linea con gli obblighi di regolamentazione o autoregolamentazione cui sono soggetti negli Stati membri. Pertanto, anche in ragione della libertà di informazione degli utenti, nel caso in cui i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi ritengano che i contenuti forniti da tali fornitori di servizi di media siano incompatibili con i propri termini e le proprie condizioni, senza che tali contenuti contribuiscano a un rischio sistemico di cui all'articolo 26 del regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali], essi dovrebbero tenere debitamente conto della libertà e del pluralismo dei media, in linea con il regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali], e fornire prima possibile le necessarie spiegazioni ai fornitori di servizi di media in quanto loro utenti commerciali esponendo le motivazioni alla base delle loro decisioni, a norma del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio⁵⁴. Per ridurre al minimo gli effetti di eventuali restrizioni della libertà di informazione degli utenti per quanto concerne tali contenuti, le piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero adoperarsi per esporre le proprie motivazioni prima che la restrizione prenda effetto, fatti salvi gli obblighi di cui al regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali]. Nello specifico, il presente regolamento non dovrebbe impedire a un fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi di adottare misure tempestive contro contenuti illegali diffusi attraverso il suo servizio o per ridurre il rischio sistemico costituito dalla diffusione attraverso il suo servizio di certi contenuti, nel rispetto del diritto dell'Unione e in particolare a norma del regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali].

- (32) Al fine di ottenere gli effetti positivi previsti sulla libertà di fornire servizi e sulla libertà di espressione, se i fornitori di servizi di media aderiscono a specifiche norme di regolamentazione o autoregolamentazione, è altresì lecito che i loro reclami contro le decisioni dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi siano trattati in via prioritaria e senza indebito ritardo.
- (33) A questo scopo i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero fornire una funzionalità sulla propria interfaccia online per consentire ai fornitori di servizi di media di dichiarare che soddisfano determinati requisiti, riservandosi allo stesso tempo la possibilità di non accettare le autodichiarazioni qualora ritengano che tali condizioni non siano soddisfatte. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi possono fare affidamento su informazioni riguardo il rispetto di tali requisiti, ad esempio la norma sulla lettura automatizzata della *Journalism Trust Initiative* o altri codici di condotta pertinenti. Gli orientamenti della Commissione possono essere utili per agevolare l'attuazione efficace di tale funzionalità, anche per quanto riguarda le modalità di partecipazione delle organizzazioni della società civile all'esame delle dichiarazioni, la consultazione dell'autorità di regolamentazione del paese di stabilimento, se del caso, e la possibilità di fare fronte a eventuali abusi di detta funzionalità.
- (34) Il presente regolamento riconosce l'importanza dei meccanismi di autoregolamentazione nel contesto della fornitura di servizi di media sulle piattaforme online di dimensioni molto grandi. Tali meccanismi di autoregolamentazione sono un tipo di iniziative volontarie, che si traducono ad esempio in codici di condotta, i quali consentono ai fornitori di servizi di media o ai loro rappresentanti di adottare

⁵⁴ Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online (GU L 186 dell'11.7.2019, pag. 57).

orientamenti comuni, tra cui standard etici, sistemi di correzione degli errori o di gestione dei reclami, tra di loro e a loro uso. Un'autoregolamentazione solida, inclusiva e ampiamente riconosciuta costituisce una garanzia efficace di qualità e professionalità dei servizi di media ed è cruciale per garantire l'integrità editoriale.

- (35) I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero dialogare con i fornitori di servizi di media che rispettano gli standard di credibilità e trasparenza, e che ritengono che le restrizioni ai loro contenuti siano spesso imposte dai fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi senza motivi sufficienti, in modo da trovare una soluzione amichevole per porre fine a eventuali restrizioni ingiustificate ed evitarle in futuro. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero impegnarsi in questi scambi in buona fede, prestando particolare attenzione alla salvaguardia della libertà dei media e della libertà di informazione.
- (36) Facendo tesoro dell'utile ruolo svolto dall'ERGA nel monitoraggio della conformità da parte dei firmatari del codice di buone pratiche dell'UE sulla disinformazione, il comitato dovrebbe organizzare, almeno con cadenza annuale, un dialogo strutturato tra i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, i rappresentanti dei fornitori di servizi di media e i rappresentanti della società civile per promuovere l'accesso a offerte diversificate di media indipendenti su piattaforme online di dimensioni molto grandi, per discutere le esperienze e le migliori prassi relative all'applicazione delle disposizioni del presente regolamento e per monitorare l'adesione alle iniziative di autoregolamentazione volte a proteggere la società da contenuti nocivi, tra cui le iniziative finalizzate a contrastare la disinformazione. La Commissione può, se opportuno, esaminare le relazioni sui risultati di questi dialoghi strutturati quando valuta le questioni sistemiche ed emergenti nell'Unione ai sensi del regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali] e a tale scopo può chiedere sostegno al comitato.
- (37) I destinatari dei servizi di media audiovisivi dovrebbero poter scegliere realmente il contenuto audiovisivo che desiderano guardare in base alle loro preferenze. La loro libertà in questo ambito può tuttavia essere limitata da pratiche commerciali del settore dei media, in particolare da accordi per la prioritizzazione di contenuti tra fabbricanti di dispositivi o fornitori di interfacce utente che controllano o gestiscono l'accesso ai servizi di media audiovisivi e il loro utilizzo, come televisioni connesse, e fornitori di servizi di media. La prioritizzazione può essere realizzata, ad esempio, sulla schermata iniziale di un dispositivo attraverso funzioni di scelta rapida presenti nell'hardware o nel software, applicazioni e aree di ricerca che influenzano il comportamento di navigazione dei destinatari, i quali possono essere indebitamente incentivati a scegliere determinate offerte di media audiovisivi rispetto ad altre. I destinatari del servizio dovrebbero avere la possibilità di cambiare, in modo semplice e intuitivo, le impostazioni predefinite di un dispositivo o di un'interfaccia utente che controlla e gestisce l'accesso ai servizi di media audiovisivi e il loro utilizzo, fatte salve le misure per garantire il debito rilievo ai servizi di media audiovisivi di interesse generale di cui all'articolo 7 bis della direttiva 2010/13/UE adottate per legittime considerazioni di interesse pubblico.
- (38) Misure legislative, normative o amministrative diverse possono avere ripercussioni negative sulle attività dei fornitori di servizi di media nel mercato interno. Si tratta, ad esempio, di norme per limitare la proprietà di imprese del settore dei media da parte di altre imprese che operano nel settore dei media o in settori che non sono ad esso collegati; oppure di decisioni relative a licenze, autorizzazioni o notifiche preventive per i fornitori di servizi di media. Al fine di ridurre il potenziale impatto negativo sul

funzionamento del mercato interno dei servizi di media e promuovere la certezza giuridica, è importante che tali misure rispettino i principi di giustificazione oggettiva, trasparenza, non discriminazione e proporzionalità.

- (39) È anche cruciale che il comitato sia autorizzato a emettere pareri, su richiesta della Commissione, qualora le misure nazionali possano incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Questo vale, ad esempio, nel caso in cui una misura amministrativa nazionale riguardi un fornitore di servizi di media che fornisce i suoi servizi a più di uno Stato membro, oppure nel caso in cui il fornitore di servizi di media in questione eserciti un'influenza significativa sulla formazione dell'opinione pubblica in tale Stato membro.
- (40) I media svolgono un ruolo decisivo nel plasmare l'opinione pubblica e nell'aiutare i cittadini a partecipare ai processi democratici. Questa è la ragione per cui gli Stati membri dovrebbero prevedere, nei rispettivi ordinamenti giuridici, norme e procedure che garantiscano una valutazione delle concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale. Dato che possono incidere sulla libertà di fornire servizi di media nel mercato interno, tali norme e procedure devono essere adeguatamente strutturate e devono essere trasparenti, obiettive, proporzionate e non discriminatorie. Le concentrazioni del mercato dei media soggette a tali norme dovrebbero essere intese come concentrazioni che potrebbero tradursi in un'unica entità che esercita un controllo o che ha interessi significativi sui servizi di media che influiscono notevolmente sulla formazione dell'opinione pubblica in un determinato mercato dei media, all'interno di un sottosettore di media o in diversi settori di media in uno o più Stati membri. Un importante criterio da tenere in considerazione è la riduzione di opinioni divergenti all'interno di quel mercato come conseguenza della concentrazione.
- (41) Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, che hanno competenze specifiche nel settore del pluralismo dei media, dovrebbero essere coinvolti nella valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale, qualora non siano essi stessi le autorità o gli organismi designati. Per favorire la certezza giuridica e fare in modo che le norme e le procedure siano realmente orientate alla tutela del pluralismo dei media e dell'indipendenza editoriale, è essenziale stabilire in anticipo criteri oggettivi, non discriminatori e proporzionati per la notifica e la valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale.
- (42) Quando una concentrazione del mercato dei media costituisce una concentrazione che rientra nell'ambito di applicazione del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio⁵⁵, l'applicazione del presente regolamento o di eventuali norme e procedure adottate dagli Stati membri sulla base del presente regolamento non dovrebbe pregiudicare l'applicazione dell'articolo 21, paragrafo 4, del regolamento (CE) n. 139/2004. Qualsiasi misura adottata dalle autorità o dagli organismi di regolamentazione nazionali designati o coinvolti sulla base della loro valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale dovrebbe pertanto essere finalizzata alla tutela degli interessi legittimi ai

55

Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese ("regolamento comunitario sulle concentrazioni") (GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1).

sensi dell'articolo 21, paragrafo 4, terzo comma, del regolamento (CE) n. 139/2004 e dovrebbe essere in linea con i principi generali e le altre disposizioni del diritto dell'Unione.

- (43) Il comitato dovrebbe essere autorizzato a fornire pareri su progetti di decisioni o di pareri delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione designati o coinvolti, qualora le concentrazioni soggette a notifica possano incidere sul funzionamento del mercato interno dei media. Si configurerebbe tale caso, ad esempio, qualora tali concentrazioni coinvolgessero almeno un'impresa stabilita in un altro Stato membro oppure operante in più di uno Stato membro o certi fornitori di servizi di media avessero un'influenza significativa sulla formazione dell'opinione pubblica in un determinato mercato dei media. Inoltre, qualora la concentrazione non sia stata valutata per il suo impatto sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale dalle autorità o dagli organismi nazionali competenti, o qualora le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione non abbiano consultato il comitato in merito a una determinata concentrazione del mercato dei media, ma si ritenga tuttavia che tale concentrazione del mercato dei media possa incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, il comitato dovrebbe essere in grado di fornire un parere, su richiesta della Commissione. In ogni caso la Commissione conserva la possibilità di emettere i propri pareri a seguito dei pareri elaborati dal comitato.
- (44) Al fine di garantire il pluralismo dei mercati dei media, le autorità o gli organismi nazionali e il comitato dovrebbero tenere conto di una serie di criteri. In particolare è opportuno considerare l'impatto sul pluralismo dei media, soprattutto l'effetto sulla formazione dell'opinione pubblica, tenendo conto dell'ambiente online. Contemporaneamente si dovrebbe valutare se altri mezzi di informazione, che forniscono contenuti diversi e alternativi, continuerebbero a coesistere nel mercato o nei mercati interessati dopo la concentrazione del mercato dei media in questione. La valutazione delle garanzie per l'indipendenza editoriale dovrebbe includere l'esame dei possibili rischi di ingerenze indebite da parte del futuro proprietario o della futura struttura di gestione o di governance nelle decisioni editoriali individuali dell'entità oggetto di acquisizione o fusione. Dovrebbero essere prese in considerazione anche le garanzie interne esistenti o previste per preservare l'indipendenza delle decisioni editoriali individuali nell'ambito delle imprese di media coinvolte. Nel valutare gli impatti potenziali occorre considerare anche gli effetti della concentrazione sulla sostenibilità economica dell'entità o delle entità oggetto della concentrazione e stabilire se, in assenza della concentrazione, esse sarebbero economicamente sostenibili, cioè in grado nel medio termine di continuare a offrire al mercato, sviluppandoli ulteriormente, servizi di media di qualità finanziariamente validi, dotati di risorse adeguate e tecnologicamente adatti.
- (45) La misurazione dell'audience ha un effetto diretto sull'allocazione e sui prezzi della pubblicità, che rappresenta una fonte di entrate fondamentale per il settore dei media. Si tratta di uno strumento fondamentale per valutare le prestazioni dei contenuti mediatici e per comprendere le preferenze del pubblico al fine di pianificare la produzione futura di contenuti. Di conseguenza gli operatori del mercato dei media, e in particolare i fornitori di servizi e gli inserzionisti, dovrebbero poter contare su dati relativi al pubblico oggettivi, ricavati da soluzioni di misurazione dell'audience trasparenti, imparziali e verificabili. Invece alcuni nuovi operatori emersi nell'ecosistema dei media forniscono i propri servizi di misurazione senza mettere a disposizione informazioni circa le rispettive metodologie. Ciò potrebbe causare asimmetrie tra gli operatori del mercato dei media per quanto riguarda le informazioni

e le possibili distorsioni del mercato, a scapito delle pari opportunità per i fornitori di servizi di media sul mercato.

- (46) Per migliorare la verificabilità e l'affidabilità delle metodologie di misurazione dell'audience, in particolare online, è opportuno stabilire obblighi di trasparenza per i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience che non si attengono ai parametri di riferimento del settore concordati nell'ambito degli organismi di autoregolamentazione competenti. In base a tali obblighi, tali operatori, quando richiesto e nella misura del possibile, dovrebbero fornire agli inserzionisti e ai fornitori di servizi di media o a coloro che agiscono per loro conto informazioni che descrivano le metodologie utilizzate per la misurazione dell'audience. Fornire tali informazioni potrebbe significare condividere elementi quali la dimensione del campione misurato, la definizione degli indicatori misurati, le metriche, i metodi di misurazione, il margine di errore e il periodo di misurazione. Gli obblighi imposti dal presente regolamento non pregiudicano gli obblighi che si applicano ai fornitori di servizi di misurazione dell'audience ai sensi del regolamento (UE) 2019/1150 o del regolamento (UE) 2022/XX [legge sui mercati digitali], compresi quelli relativi al posizionamento o all'autoagevolazione.
- (47) Codici di condotta redatti dai fornitori di sistemi di misurazione dell'audience o dalle organizzazioni o associazioni che li rappresentano possono contribuire all'applicazione efficace del presente regolamento e dovrebbero pertanto essere incoraggiati. L'autoregolamentazione è già stata utilizzata per promuovere standard di alta qualità nel settore della misurazione dell'audience. Il suo ulteriore sviluppo potrebbe essere visto come uno strumento efficace per consentire al settore di concordare le soluzioni pratiche necessarie per garantire la conformità dei sistemi di misurazione dell'audience e delle loro metodologie ai principi di trasparenza, imparzialità, inclusività, proporzionalità, non discriminazione e verificabilità. Nell'elaborazione di tali codici di condotta, in consultazione con tutti i portatori di interessi del caso e in particolare con i fornitori di servizi di media, si potrebbe tenere conto in particolare della crescente digitalizzazione del settore dei media e dell'obiettivo del conseguimento della parità di condizioni tra gli operatori del mercato dei media.
- (48) La pubblicità statale è un'importante fonte di entrate per molti fornitori di servizi di media e contribuisce alla loro sostenibilità economica. L'accesso ad essa deve essere concesso in modo non discriminatorio a qualsiasi fornitore di servizi di media di qualsiasi Stato membro che sia in grado di raggiungere adeguatamente, del tutto o in parte, l'opinione pubblica interessata, al fine di garantire pari opportunità nel mercato interno. Inoltre la pubblicità statale può rendere i fornitori di servizi di media vulnerabili a un'indebita influenza statale, a scapito della libertà di fornitura dei servizi e dei diritti fondamentali. L'allocazione non trasparente e distorta della pubblicità statale è quindi un potente strumento per esercitare influenza o "catturare" i fornitori di servizi di media. La distribuzione e la trasparenza della pubblicità statale sono in parte regolamentate da un quadro frammentato di misure specifiche per i media e di leggi generali sugli appalti pubblici, che tuttavia non riguardano necessariamente tutte le spese pubblicitarie statali, né offrono una protezione sufficiente dalla distribuzione preferenziale o distorta. In particolare, la direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio⁵⁶ non si applica ai contratti di servizio pubblico per l'acquisizione, lo sviluppo, la produzione o la coproduzione di programmi destinati a servizi di media

⁵⁶

Direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, sugli appalti pubblici e che abroga la direttiva 2004/18/CE (GU L 94 del 28.3.2014, pag. 65).

audiovisivi o radiofonici. Le norme specifiche per i media sulla pubblicità statale, laddove presenti, variano notevolmente da uno Stato membro all'altro.

- (49) Al fine di garantire una concorrenza non distorta tra i fornitori di servizi di media e di evitare il rischio di sovvenzioni celate e di inopportune influenze politiche sui media, è necessario stabilire prescrizioni comuni relative a trasparenza, obiettività, proporzionalità e non discriminazione nell'allocazione di pubblicità statale e risorse pubbliche ai fornitori di servizi di media per l'acquisto di beni o servizi diversi dalla pubblicità statale, compreso l'obbligo di pubblicare informazioni sui beneficiari della spesa pubblicitaria statale e sugli importi spesi. È importante che gli Stati membri rendano accessibili al pubblico le informazioni necessarie relative alla pubblicità statale in un formato elettronico che sia facilmente visualizzabile, accessibile e scaricabile, nel rispetto delle norme dell'Unione e nazionali sulla riservatezza commerciale. Il presente regolamento non pregiudica l'applicazione delle norme in materia di aiuti di Stato, che sono applicate caso per caso.
- (50) I rischi per il funzionamento e la resilienza del mercato interno dei media dovrebbero essere monitorati regolarmente nell'ambito degli sforzi per migliorare il funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Tale monitoraggio dovrebbe essere finalizzato a fornire dati dettagliati e valutazioni qualitative sulla resilienza del mercato interno dei servizi di media, anche per quanto riguarda il grado di concentrazione del mercato a livello nazionale e regionale e i rischi di manipolazione dell'informazione e di ingerenze da parte di entità straniere. Dovrebbe essere condotto in modo indipendente, sulla base di un solido elenco di indicatori chiave di prestazione, sviluppati e regolarmente aggiornati dalla Commissione, in consultazione con il comitato. Data la natura in rapida evoluzione dei rischi e degli sviluppi tecnologici nel mercato interno dei media, il monitoraggio dovrebbe includere esercizi rivolti in prospettiva, come stress test, per valutare la resilienza prospettica del mercato interno dei media, segnalare le vulnerabilità relative al pluralismo dei media e all'indipendenza editoriale e sostenere gli sforzi volti al miglioramento della governance, della qualità dei dati e della gestione dei rischi. In particolare, il monitoraggio dovrebbe riguardare il livello di attività e di investimenti transfrontalieri, la cooperazione e la convergenza normativa nella regolamentazione dei media, gli ostacoli alla fornitura di servizi di media, anche in ambiente digitale, nonché la trasparenza e l'equità nell'allocazione delle risorse economiche nel mercato interno dei media. Dovrebbe inoltre considerare le tendenze più ampie sia del mercato interno sia dei mercati nazionali dei media, nonché la legislazione nazionale che interessa i fornitori di servizi di media. Il monitoraggio dovrebbe inoltre fornire una panoramica delle misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali individuali, comprese quelle di cui alla raccomandazione che accompagna la presente proposta. Per garantire gli standard più elevati di tale monitoraggio, il comitato dovrebbe essere debitamente coinvolto, in quanto riunisce entità con competenze specifiche nel mercato dei media.
- (51) Per preparare il terreno a una corretta attuazione del presente regolamento, le sue disposizioni relative alle autorità indipendenti per i media, al comitato e alle necessarie modifiche della direttiva 2010/13/UE (articoli da 7 a 12 e articolo 27 del presente regolamento) dovrebbero applicarsi tre mesi dopo l'entrata in vigore della legge, mentre tutte le altre disposizioni del presente regolamento si applicheranno sei mesi dopo la sua entrata in vigore. Ciò è necessario soprattutto per fare sì che l'istituzione del comitato avvenga in tempo utile per assicurare un'attuazione efficace del regolamento.

- (52) Poiché gli obiettivi del presente regolamento, vale a dire garantire il corretto funzionamento del mercato interno dei servizi di media, non possono essere conseguiti in misura sufficiente dagli Stati membri (in quanto questi non possono o potrebbero non avere incentivi per conseguire l'armonizzazione e la cooperazione necessarie agendo da soli), ma possono invece essere conseguiti in maniera più efficace a livello di Unione in ragione della natura sempre più digitale e transfrontaliera della produzione, della distribuzione e del consumo dei contenuti mediatici, nonché del ruolo unico dei servizi di media, l'Unione può adottare misure, conformemente al principio di sussidiarietà di cui all'articolo 5 del trattato sull'Unione europea. Il presente regolamento si limita a quanto è necessario per conseguire tali obiettivi in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo.
- (53) Il presente regolamento rispetta i diritti fondamentali e osserva i principi sanciti segnatamente dalla Carta, in particolare gli articoli 7, 8, 11, 16, 47, 50 e 52. Il presente regolamento dovrebbe quindi essere interpretato e applicato rispettando debitamente tali diritti e principi. In particolare, nulla di quanto contenuto nel presente regolamento dovrebbe essere interpretato come un'interferenza con la libertà di informazione o la libertà di stampa, o come un incentivo per gli Stati membri a introdurre obblighi circa il contenuto editoriale delle pubblicazioni di carattere giornalistico.
- (54) Conformemente all'articolo 42, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio⁵⁷, è stato consultato il Garante europeo della protezione dei dati, che ha espresso il suo parere il XX XX 2022,

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Capo I

Disposizioni generali

Articolo 1

Oggetto e ambito di applicazione

1. Il presente regolamento stabilisce norme comuni per il corretto funzionamento del mercato interno dei servizi di media, compresa l'istituzione del comitato europeo per i servizi di media, preservando al contempo la qualità dei servizi di media.
2. Il presente regolamento non pregiudica le norme stabilite dagli atti seguenti:
 - (a) direttiva 2000/31/CE;
 - (b) direttiva (UE) 2019/790;
 - (c) regolamento (UE) 2019/1150;
 - (d) regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali];
 - (e) regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui mercati digitali];

⁵⁷

Regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2018, sulla tutela delle persone fisiche in relazione al trattamento dei dati personali da parte delle istituzioni, degli organi e degli organismi dell'Unione e sulla libera circolazione di tali dati, e che abroga il regolamento (CE) n. 45/2001 e la decisione n. 1247/2002/CE (GU L 295 del 21.11.2018, pag. 39).

- (f) regolamento (UE) 2022/XXX [regolamento relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica].
3. Il presente regolamento non pregiudica la possibilità per gli Stati membri di adottare norme più dettagliate negli ambiti di cui al capo II e al capo III, sezione 5, purché tali norme siano conformi al diritto dell'Unione.

Articolo 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si applicano le definizioni seguenti:

- (1) "servizio di media": servizio quale definito agli articoli 56 e 57 del trattato, ove l'obiettivo principale del servizio stesso o di una sua sezione distinguibile sia la fornitura di programmi o di pubblicazioni di carattere giornalistico al grande pubblico, mediante qualsiasi mezzo, al fine di informare, intrattenere o istruire, sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media;
- (2) "fornitore di servizi di media": persona fisica o giuridica la cui attività professionale consiste nella fornitura di servizi di media e alla quale è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta dei contenuti del servizio di media e ne determina le modalità di organizzazione;
- (3) "fornitore di media di servizio pubblico": fornitore di servizi di media al quale è affidata una missione di servizio pubblico ai sensi della normativa nazionale o che riceve finanziamenti pubblici nazionali per l'adempimento di tale missione;
- (4) "programma": serie di immagini animate o suoni che costituiscono un singolo elemento, indipendentemente dalla sua durata, nell'ambito di un palinsesto o di un catalogo stabilito da un fornitore di servizi di media;
- (5) "pubblicazione di carattere giornalistico": pubblicazione quale definita all'articolo 2, punto 4), della direttiva (UE) 2019/790;
- (6) "servizio di media audiovisivo": servizio quale definito all'articolo 1, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2010/13/UE;
- (7) "responsabile editoriale": persona fisica o insieme di persone fisiche eventualmente raggruppate in un organismo, indipendentemente dalla sua forma giuridica, dal suo status e dalla sua composizione, che prende o supervisiona le decisioni editoriali all'interno di un fornitore di servizi di media;
- (8) "decisione editoriale": decisione presa periodicamente al fine di esercitare la responsabilità editoriale e collegata alle attività quotidiane del fornitore di servizi di media;
- (9) "responsabilità editoriale": l'esercizio di un controllo effettivo sia sulla selezione dei programmi o delle pubblicazioni di carattere giornalistico sia sulla loro organizzazione, ai fini della fornitura di un servizio di media, a prescindere dall'esistenza di una responsabilità ai sensi del diritto nazionale per i servizi forniti;
- (10) "fornitore di piattaforma online di grandi dimensioni": fornitore di una piattaforma online concepita come piattaforma online di grandi dimensioni ai sensi dell'articolo 25, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali];

- (11) "servizio di piattaforma per la condivisione di video": servizio quale definito all'articolo 1, paragrafo 1, lettera a bis), della direttiva 2010/13/UE;
- (12) "autorità o organismo nazionale di regolamentazione": l'autorità o l'organismo designato dagli Stati membri a norma dell'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE;
- (13) "concentrazione del mercato dei media": concentrazione quale definita all'articolo 3 del regolamento (CE) n. 139/2004 che interessa almeno un fornitore di servizi di media;
- (14) "misurazione dell'audience": l'attività di raccolta, interpretazione o altro trattamento dei dati relativi al numero e alle caratteristiche degli utenti dei servizi di media per decisioni riguardanti l'allocazione o i prezzi della pubblicità o la relativa pianificazione, produzione o distribuzione di contenuti;
- (15) "pubblicità statale": l'inserimento, la pubblicazione o la diffusione, in qualsiasi servizio di media, di un messaggio promozionale o autopromozionale, di norma dietro pagamento o altro corrispettivo, da parte, a favore o per conto di qualsiasi autorità pubblica nazionale o regionale, quali governi nazionali, federali o regionali, autorità o organismi di regolamentazione, nonché imprese statali o altri enti controllati dallo Stato a livello nazionale o regionale, o qualsiasi governo locale di un ente territoriale con più di 1 milione di abitanti;
- (16) "spyware": qualsiasi prodotto con elementi digitali appositamente progettato per sfruttare le vulnerabilità di altri prodotti con elementi digitali che consente la sorveglianza occulta di persone fisiche o giuridiche mediante il monitoraggio, l'estrazione, la raccolta o l'analisi di dati provenienti da tali prodotti o dalle persone fisiche o giuridiche che utilizzano tali prodotti, in particolare registrando segretamente le chiamate o utilizzando in altro modo il microfono di un dispositivo dell'utente finale, filmando persone fisiche, macchinari o i loro dintorni, copiando messaggi, fotografando, tracciando l'attività di navigazione, tracciando la geolocalizzazione, raccogliendo altri dati di sensori o tracciando le attività su più dispositivi dell'utente finale senza che la persona fisica o giuridica interessata ne sia stata messa al corrente in modo specifico e abbia dato il suo consenso specifico ed esplicito al riguardo;
- (17) "reato grave": uno dei seguenti reati indicati all'articolo 2, paragrafo 2, della decisione quadro 2002/584/GAI del Consiglio⁵⁸:
 - a) terrorismo;
 - b) tratta di esseri umani;
 - c) sfruttamento sessuale dei bambini e pornografia infantile;
 - d) traffico illecito di armi, munizioni ed esplosivi;
 - e) omicidio volontario, lesioni personali gravi;
 - f) traffico illecito di organi e tessuti umani;
 - g) rapimento, sequestro e presa di ostaggi;
 - h) furti organizzati o a mano armata;
 - i) stupro;

⁵⁸ Decisione quadro del Consiglio, del 13 giugno 2002, relativa al mandato d'arresto europeo e alle procedure di consegna tra Stati membri (2002/584/GAI) (GU L 190 del 18.7.2002, pag. 1).

j) reati che rientrano nella competenza giurisdizionale della Corte penale internazionale.

Capo II

Diritti e doveri dei fornitori e dei destinatari dei servizi di media

Articolo 3

Diritti dei destinatari dei servizi di media

I destinatari dei servizi di media nell'Unione hanno il diritto di ricevere una pluralità di notizie e contenuti di attualità, prodotti nel rispetto della libertà editoriale dei fornitori di servizi di media, a beneficio del dibattito pubblico.

Articolo 4

Diritti dei fornitori di servizi di media

1. I fornitori di servizi di media hanno il diritto di esercitare le loro attività economiche nel mercato interno senza restrizioni che non siano quelle consentite dal diritto dell'Unione.
2. Gli Stati membri rispettano l'effettiva libertà editoriale dei fornitori di servizi di media. Gli Stati membri, comprese le autorità e gli organismi nazionali di regolamentazione:
 - (a) non interferiscono né tentano di influenzare in alcun modo, direttamente o indirettamente, le politiche e le decisioni editoriali dei fornitori di servizi di media;
 - (b) non trattengono, sanzionano, intercettano, sottopongono a sorveglianza o a perquisizione e sequestro o a ispezione i fornitori di servizi di media o, se del caso, i loro familiari, i loro dipendenti o i relativi familiari, o i loro locali aziendali e privati, perché rifiutano di rivelare informazioni sulle loro fonti, a meno che ciò non sia giustificato da un'esigenza di rilevante interesse pubblico, in conformità all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta e nel rispetto di altre normative dell'Unione;
 - c) non utilizzano spyware in alcun dispositivo o macchinario utilizzato dai fornitori di servizi di media o, se del caso, dai loro familiari, o dai loro dipendenti o dai relativi familiari, a meno che l'utilizzo non sia giustificato, caso per caso, da motivi di sicurezza nazionale e sia conforme all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta e ad altre normative dell'Unione, o che avvenga nell'ambito di indagini su reati gravi a carico di una delle persone summenzionate, sia previsto dalla normativa nazionale e sia conforme all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta e ad altre normative dell'Unione, e qualora le misure adottate ai sensi della lettera b) siano inadeguate e insufficienti ad ottenere le informazioni richieste.
3. Fatto salvo il diritto a una tutela giurisdizionale effettiva garantito a ogni persona fisica e giuridica e in aggiunta ad esso, gli Stati membri designano un'autorità o un organismo indipendente per gestire i reclami presentati dai fornitori di servizi di media o, se del caso, dai loro familiari, dai loro dipendenti o dai relativi familiari in merito a violazioni del paragrafo 2, lettere b) e c). I fornitori di servizi di media

hanno il diritto di chiedere all'autorità o all'organismo in questione di emettere, entro tre mesi dalla richiesta, un parere sulla conformità al paragrafo 2, lettere b) e c).

Articolo 5

Garanzie per il funzionamento indipendente dei fornitori di media di servizio pubblico

1. I fornitori di media di servizio pubblico forniscono in modo imparziale una pluralità di informazioni e pareri al loro pubblico, in linea con la loro missione di servizio pubblico.
2. Il direttore e i membri degli organi direttivi dei fornitori di media di servizio pubblico sono nominati mediante una procedura trasparente, aperta e non discriminatoria e sulla base di criteri trasparenti, oggettivi, non discriminatori e proporzionati stabiliti in anticipo dalla normativa nazionale.

La durata del loro mandato è stabilita dalla normativa nazionale ed è adeguata e sufficiente a garantire l'effettiva indipendenza del fornitore di media del servizio pubblico. Essi possono essere licenziati prima della fine del loro mandato solo eccezionalmente qualora non soddisfino più le condizioni giuridicamente predefinite per l'esercizio delle loro funzioni, stabilite in anticipo dalla normativa nazionale, o per motivi specifici di condotta illecita o di colpa grave come definito in anticipo dalla normativa nazionale.

Le decisioni di licenziamento sono debitamente motivate, nonché preventivamente notificate alla persona interessata, e prevedono la possibilità di un ricorso giurisdizionale. I motivi del licenziamento sono resi pubblici.
3. Gli Stati membri fanno in modo che i fornitori di media di servizio pubblico dispongano di risorse finanziarie adeguate e stabili per l'adempimento della loro missione di servizio pubblico. Tali risorse sono tali da salvaguardare l'indipendenza editoriale.
4. Gli Stati membri designano una o più autorità o organismi indipendenti al fine di monitorare la conformità ai paragrafi da 1 a 3.

Articolo 6

Doveri dei fornitori di servizi di media che diffondono notizie e contenuti di attualità

1. I fornitori di servizi di media che diffondono notizie e contenuti di attualità rendono facilmente e direttamente accessibili ai destinatari dei loro servizi le informazioni seguenti:
 - (a) la ragione sociale e i dati di contatto;
 - (b) il nome o i nomi del proprietario o dei proprietari diretti o indiretti con partecipazioni azionarie che consentono loro di esercitare un'influenza sulle attività e sul processo decisionale strategico;
 - (c) il nome o i nomi del titolare o dei titolari effettivi ai sensi dell'articolo 3, punto 6, della direttiva (UE) 2015/849 del Parlamento europeo e del Consiglio.
2. Fatte salve le leggi costituzionali nazionali coerenti con la Carta, i fornitori di servizi di media che diffondono notizie e contenuti di attualità adottano le misure che ritengono appropriate al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali individuali. In particolare, tali misure mirano a garantire:

- (a) che i responsabili editoriali siano liberi di prendere decisioni editoriali individuali nell'esercizio della loro attività professionale; e
 - (b) che chiunque abbia interessi in fornitori di servizi di media tali da influenzare la diffusione di notizie e contenuti di attualità renda noto qualsiasi conflitto di interessi, effettivo o potenziale.
3. Gli obblighi di cui al presente articolo non si applicano ai fornitori di servizi di media che costituiscono microimprese ai sensi dell'articolo 3 della direttiva 2013/34/UE.

Capo III

Quadro di riferimento per la cooperazione normativa e per il buon funzionamento del mercato interno dei servizi di media

Sezione 1

Autorità indipendenti per i media

Articolo 7

Autorità o organismi nazionali di regolamentazione

1. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE sono responsabili dell'applicazione del capo III del presente regolamento.
2. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione sono soggetti alle prescrizioni di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE in relazione allo svolgimento delle funzioni loro assegnate dal presente regolamento.
3. Gli Stati membri provvedono affinché le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dispongano di adeguate risorse finanziarie, umane e tecniche per svolgere le funzioni loro assegnate ai sensi del presente regolamento.
4. Ove necessario per lo svolgimento delle funzioni loro assegnate ai sensi del presente regolamento, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dispongono di adeguati poteri di indagine in relazione alla condotta di persone fisiche o giuridiche alle quali si applica il capo III.

Tali poteri comprendono in particolare la facoltà di chiedere a tali persone di fornire, entro un periodo di tempo ragionevole, le informazioni proporzionate e necessarie per lo svolgimento delle funzioni di cui al capo III; la richiesta può essere rivolta anche a qualsiasi altra persona che, per scopi connessi alla propria attività commerciale, industriale o professionale, possa ragionevolmente essere in possesso delle informazioni necessarie.

Sezione 2

Comitato europeo per i servizi di media

Articolo 8

Comitato europeo per i servizi di media

1. È istituito il comitato europeo per i servizi di media ("il comitato").

2. Il comitato sostituisce il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) istituito con la direttiva 2010/13/UE, al quale succede.

Articolo 9

Indipendenza del comitato

Il comitato agisce in maniera pienamente indipendente nello svolgimento delle sue funzioni o nell'esercizio dei suoi poteri. In particolare, nello svolgimento delle sue funzioni o nell'esercizio dei suoi poteri il comitato non chiede né accetta istruzioni da alcun governo, istituzione, persona o organismo. Ciò non pregiudica le competenze della Commissione o delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione in conformità al presente regolamento.

Articolo 10

Struttura del comitato

1. Il comitato è composto da rappresentanti delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE.
2. Ciascun membro del comitato dispone di un voto.
3. Qualora in uno Stato membro vi siano più autorità o organismi nazionali di regolamentazione, tali autorità o organismi si coordinano tra loro quando necessario e nominano un rappresentante comune che esercita il diritto di voto.
4. Il comitato è rappresentato dal suo presidente. Il comitato elegge un presidente tra i suoi membri a maggioranza di due terzi dei suoi membri aventi diritto di voto. Il mandato del presidente ha una durata di due anni.
5. La Commissione designa un rappresentante per il comitato. Il rappresentante della Commissione partecipa a tutte le attività e alle riunioni del comitato, senza diritto di voto. Il presidente del comitato tiene informata la Commissione sulle attività in corso e previste del comitato. Il comitato consulta la Commissione nella preparazione del suo programma di lavoro e dei principali risultati.
6. D'intesa con la Commissione, il comitato può invitare esperti e osservatori a partecipare alle sue riunioni.
7. Il comitato prende decisioni a maggioranza di due terzi dei suoi membri con diritto di voto.
8. Il comitato adotta il proprio regolamento interno a maggioranza di due terzi dei suoi membri con diritto di voto, d'intesa con la Commissione.

Articolo 11

Segretariato del comitato

1. Il comitato dispone di un segretariato, che è messo a disposizione dalla Commissione.
2. Il compito principale del segretariato consiste nel contribuire all'espletamento delle funzioni del comitato stabilite dal presente regolamento e dalla direttiva 2010/13/UE.

3. Il segretariato fornisce sostegno amministrativo e organizzativo alle attività del comitato. Il segretariato assiste inoltre il comitato nell'espletamento delle sue funzioni.

Articolo 12

Funzioni del comitato

Fatti salvi i poteri conferiti alla Commissione dai trattati, il comitato promuove l'applicazione efficace e coerente del presente regolamento e delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE in tutta l'Unione. Il comitato:

- (a) sostiene la Commissione, mediante competenze tecniche, nel garantire la corretta applicazione del presente regolamento e l'attuazione coerente della direttiva 2010/13/UE in tutti gli Stati membri, fatti salvi i compiti delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione;
- (b) promuove la cooperazione e lo scambio efficace di informazioni, esperienze e migliori prassi tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione per quanto riguarda l'applicazione delle norme dell'Unione e nazionali applicabili ai servizi di media, compresi il presente regolamento e la direttiva 2010/13/UE, in particolare in relazione agli articoli 3, 4 e 7 di tale direttiva;
- (c) fornisce consulenza alla Commissione, ove richiesto da quest'ultima, in merito ad aspetti normativi, tecnici o pratici riguardanti l'applicazione coerente del presente regolamento e l'attuazione della direttiva 2010/13/UE, nonché in merito a tutte le altre questioni relative ai servizi di media di sua competenza. Qualora chieda consulenza o un parere al comitato, la Commissione può indicare un termine, tenendo conto dell'urgenza della questione;
- (d) su richiesta della Commissione, fornisce pareri su questioni tecniche e fattuali che dovessero emergere in relazione all'articolo 2, paragrafo 5 quater, all'articolo 3, paragrafi 2 e 3, all'articolo 4, paragrafo 4, lettera c), e all'articolo 28 bis, paragrafo 7, della direttiva 2010/13/UE;
- (e) d'intesa con la Commissione, elabora pareri in merito a:
 - i) richieste di cooperazione e assistenza reciproca tra autorità o organismi nazionali di regolamentazione, ai sensi dell'articolo 13, paragrafo 7, del presente regolamento;
 - ii) richieste di misure di esecuzione in caso di disaccordo tra l'autorità o l'organismo richiedente e l'autorità o l'organismo interpellati in merito alle azioni raccomandate ai sensi dell'articolo 14, paragrafo 4, del presente regolamento;
 - iii) misure nazionali relative ai fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dell'Unione, conformemente all'articolo 16, paragrafo 2, del presente regolamento;
- (f) su richiesta della Commissione, elabora pareri in merito a:
 - i) misure nazionali che possono incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, conformemente all'articolo 20, paragrafo 4, del presente regolamento;

- ii) concentrazioni del mercato dei media che possono incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, conformemente all'articolo 22, paragrafo 1, del presente regolamento;
- (g) elabora pareri su progetti di pareri o di decisioni nazionali di valutazione dell'impatto sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale di una concentrazione del mercato dei media soggetta a notifica, qualora tale concentrazione possa incidere sul funzionamento del mercato interno, conformemente all'articolo 21, paragrafo 5, del presente regolamento;
- (h) assiste la Commissione nell'elaborazione di orientamenti relativi:
 - i) all'applicazione del presente regolamento e delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE, conformemente all'articolo 15, paragrafo 2, del presente regolamento;
 - ii) ai fattori da prendere in considerazione per l'applicazione dei criteri di valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media, in conformità all'articolo 21, paragrafo 3, del presente regolamento;
 - iii) all'applicazione dell'articolo 23, paragrafi 1, 2 e 3, ai sensi dell'articolo 23, paragrafo 4, del presente regolamento;
- (i) su richiesta di almeno una delle autorità interessate, funge da mediatore in caso di disaccordo tra autorità o organismi nazionali di regolamentazione, conformemente all'articolo 14, paragrafo 3, del presente regolamento;
- (j) promuove la cooperazione sulle norme tecniche relative ai segnali digitali e alla progettazione di dispositivi o interfacce utente, in conformità all'articolo 15, paragrafo 4, del presente regolamento;
- (k) coordina le misure nazionali relative alla diffusione o all'accesso dei contenuti dei fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dell'Unione che si rivolgono al pubblico dell'Unione, qualora le loro attività pregiudichino o presentino un rischio grave e serio di pregiudicare la sicurezza pubblica e la difesa, conformemente all'articolo 16, paragrafo 1, del presente regolamento;
- (l) organizza un dialogo strutturato tra fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi e rappresentanti dei fornitori di servizi di media e della società civile e ne riferisce i risultati alla Commissione, conformemente all'articolo 18 del presente regolamento;
- (m) promuove lo scambio delle migliori prassi relative all'utilizzo dei sistemi di misurazione dell'audience, in conformità all'articolo 23, paragrafo 5, del presente regolamento.

Sezione 3

Cooperazione e convergenza normativa

Articolo 13

Cooperazione strutturata

1. Un'autorità o un organismo nazionale di regolamentazione può richiedere ("autorità richiedente") cooperazione o assistenza reciproca in qualsiasi momento a una o più autorità o organismi nazionali di regolamentazione ("autorità interpellate") ai fini

dello scambio di informazioni o dell'adozione di misure per l'applicazione coerente ed efficace del presente regolamento o delle misure nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE.

2. L'autorità o l'organismo nazionale di regolamentazione che ritenesse che sussista un rischio serio e grave di pregiudizio al funzionamento del mercato interno dei servizi di media o un rischio serio e grave di pregiudizio alla sicurezza pubblica e alla difesa può chiedere ad altre autorità o organismi nazionali di regolamentazione di fornire cooperazione o assistenza reciproca accelerate, garantendo nel contempo il rispetto dei diritti fondamentali, in particolare della libertà di espressione.
3. Le richieste di cooperazione o assistenza reciproca, comprese la cooperazione o l'assistenza reciproca accelerate, contengono tutte le informazioni necessarie, tra cui le relative finalità e motivazioni.
4. L'autorità interpellata può rifiutarsi di dare seguito alla richiesta solo nei seguenti casi:
 - (a) qualora non sia competente per trattare l'oggetto della richiesta o per le misure di cui si richiede l'adozione;
 - (b) nel caso in cui dando seguito alla richiesta si violerebbe il presente regolamento, la direttiva 2010/13/UE o qualsiasi altra normativa dell'Unione o degli Stati membri conforme al diritto dell'Unione cui è soggetta l'autorità interpellata.

L'autorità interpellata motiva l'eventuale rifiuto di dare seguito a una richiesta.

5. L'autorità interpellata informa l'autorità richiedente dei risultati ottenuti o dello stato di avanzamento delle misure adottate in risposta alla richiesta.
6. L'autorità interpellata fa il possibile per dare seguito e rispondere alla richiesta senza indebito ritardo. L'autorità interpellata fornisce i risultati intermedi entro 14 giorni di calendario dal ricevimento della richiesta, con successivi aggiornamenti periodici sull'avanzamento dell'esecuzione della richiesta. Nel caso delle richieste accelerate di cooperazione o di assistenza reciproca, l'autorità interpellata dà seguito e risponde alla richiesta entro 14 giorni di calendario.
7. Se non ritiene che le misure adottate dall'autorità interpellata siano sufficienti a dare seguito e rispondere alla sua richiesta, l'autorità richiedente ne informa l'autorità interpellata senza indebito ritardo, spiegando i motivi della sua posizione. Se l'autorità interpellata non concorda con tale posizione o non risponde, ciascuna autorità può sottoporre la questione al comitato. Entro 14 giorni di calendario dal ricevimento del rinvio, d'intesa con la Commissione il comitato emette un parere sulla questione comprensivo di una serie di azioni raccomandate. L'autorità interpellata fa il possibile per tenere conto del parere del comitato.

Articolo 14

Richieste di applicazione di obblighi da parte delle piattaforme per la condivisione di video

1. Fatto salvo l'articolo 3 della direttiva 2000/31/CE, un'autorità o un organismo nazionale di regolamentazione può chiedere a un'altra autorità o organismo nazionale di regolamentazione di adottare misure necessarie e proporzionate per l'effettiva applicazione degli obblighi imposti alle piattaforme per la condivisione di video ai sensi dell'articolo 28 ter della direttiva 2010/13/UE.

2. L'autorità o l'organismo nazionale interpellato informa, senza indebito ritardo ed entro 30 giorni di calendario, l'autorità o l'organismo nazionale richiedente in merito alle azioni intraprese o previste a norma del paragrafo 1.
3. In caso di disaccordo tra l'autorità o l'organismo nazionale richiedente e l'autorità o l'organismo interpellato in merito alle azioni intraprese a norma del paragrafo 1, ciascuna autorità o organismo può sottoporre la questione al comitato per una mediazione al fine di giungere a una soluzione amichevole.
4. Qualora non si giunga a una soluzione amichevole in seguito alla mediazione del comitato, l'autorità o l'organismo nazionale richiedente o l'autorità o l'organismo nazionale interpellato può chiedere al comitato di emettere un parere sulla questione. Con tale parere il comitato valuta se l'autorità o l'organismo interpellato abbia ottemperato alla richiesta di cui al paragrafo 1. Se ritiene che l'autorità interpellata non abbia ottemperato a tale richiesta, il comitato raccomanda le azioni da intraprendere per ottemperare alla richiesta. Il comitato emette il proprio parere, d'intesa con la Commissione, senza indebito ritardo.
5. L'autorità o l'organismo nazionale interpellato, senza indebito ritardo e al più tardi entro 30 giorni di calendario dal ricevimento del parere di cui al paragrafo 4, informa il comitato, la Commissione e l'autorità o l'organismo richiedente delle azioni intraprese o previste in relazione al parere.

Articolo 15

Orientamenti in materia di regolamentazione dei media

1. Il comitato promuove lo scambio di migliori prassi tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, consultando eventualmente i portatori di interessi e in stretta collaborazione con la Commissione, sugli aspetti normativi, tecnici o pratici relativi all'applicazione coerente ed efficace del presente regolamento e delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE.
2. Qualora la Commissione emetta orientamenti relativi all'applicazione del presente regolamento o delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE, il comitato la assiste fornendo consulenza sugli aspetti normativi, tecnici o pratici, in particolare per quanto riguarda:
 - (a) il debito rilievo da dare ai servizi di media audiovisivi di interesse generale a norma dell'articolo 7 bis della direttiva 2010/13/UE;
 - (b) l'accessibilità alle informazioni sull'assetto proprietario dei fornitori di servizi di media, come previsto dall'articolo 5, paragrafo 2, della direttiva 2010/13/UE.
3. La Commissione può emettere un parere su qualsiasi questione relativa all'applicazione del presente regolamento e delle norme nazionali di attuazione della direttiva 2010/13/UE. Il comitato assiste la Commissione a tale proposito, se richiesto.
4. Il comitato promuove la cooperazione tra i fornitori di servizi di media, gli organismi di normazione o qualsiasi altro portatore di interessi al fine di agevolare lo sviluppo di norme tecniche relative ai segnali digitali o alla progettazione di dispositivi o interfacce utente che controllano o gestiscono l'accesso a servizi di media audiovisivi e il relativo utilizzo.

Articolo 16

Coordinamento delle misure relative ai fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dell'Unione

1. Il comitato coordina le misure delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione relative alla diffusione dei servizi di media, o all'accesso agli stessi, offerti da fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dell'Unione che si rivolgono al pubblico dell'Unione qualora, anche in considerazione del controllo che può essere esercitato da paesi terzi su di essi, tali servizi di media pregiudichino o presentino un rischio serio e grave di pregiudicare la sicurezza pubblica e la difesa.
2. Il comitato, d'intesa con la Commissione, può emettere pareri sulle misure nazionali appropriate a norma del paragrafo 1. Tutte le autorità nazionali competenti, comprese le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, fanno il possibile per tenere conto dei pareri del comitato.

Sezione 4

Fornitura di servizi di media in ambiente digitale

Articolo 17

Contenuti di fornitori di servizi di media su piattaforme online di dimensioni molto grandi

1. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi forniscono una funzionalità che consente ai destinatari dei loro servizi di dichiarare che essi:
 - (a) sono fornitori di servizi di media a norma dell'articolo 2, paragrafo 2;
 - (b) sono editorialmente indipendenti da Stati membri e paesi terzi; e
 - (c) sono soggetti a prescrizioni normative per l'esercizio della responsabilità editoriale in uno o più Stati membri, o aderiscono a un meccanismo di coregolamentazione o autoregolamentazione che disciplina le norme editoriali ampiamente riconosciuto e accettato nel settore dei media pertinente in uno o più Stati membri.
2. Il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi che decidesse di sospendere la fornitura dei propri servizi di intermediazione online in relazione a contenuti forniti da un fornitore di servizi di media che ha presentato una dichiarazione ai sensi del paragrafo 1 del presente articolo sulla base del fatto che tali contenuti sono incompatibili con i propri termini e condizioni, senza che tali contenuti contribuiscano a un rischio sistemico di cui all'articolo 26 del regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali], adotta tutte le misure possibili, nella misura in cui sono compatibili con gli obblighi previsti dal diritto dell'Unione, compreso il regolamento (UE) 2022/XXX [legge sui servizi digitali], per comunicare al fornitore di servizi di media in questione la motivazione di tale decisione, come previsto dall'articolo 4, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2019/1150, prima che la sospensione abbia effetto.
3. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi adottano tutte le misure tecniche e organizzative necessarie per garantire che i reclami presentati a norma dell'articolo 11 del regolamento (UE) 2019/1150 da fornitori di servizi di media che hanno presentato una dichiarazione ai sensi del paragrafo 1 del presente articolo siano trattati e risolti a seconda delle priorità e senza indebiti ritardi.

4. Se un fornitore di servizi di media che ha presentato una dichiarazione ai sensi del paragrafo 1 ritiene che un fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi limiti o sospenda frequentemente la fornitura dei propri servizi in relazione ai contenuti forniti dal fornitore di servizi di media senza motivi sufficienti, il fornitore della piattaforma online di dimensioni molto grandi avvia un dialogo significativo ed efficace con il fornitore di servizi di media, dietro sua richiesta, in buona fede, al fine di trovare una soluzione amichevole per porre fine a restrizioni o sospensioni ingiustificate ed evitarle in futuro. Il fornitore di servizi di media può comunicare l'esito di tali scambi al comitato.
5. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi rendono disponibili al pubblico, con cadenza annuale, informazioni riguardanti:
 - (a) il numero di casi in cui hanno imposto restrizioni o sospensioni perché i contenuti forniti da un fornitore di servizi di media che ha presentato una dichiarazione conformemente al paragrafo 1 del presente articolo sono incompatibili con i loro termini e condizioni; e
 - (b) i motivi per cui hanno imposto tali restrizioni.
6. Al fine di agevolare l'attuazione coerente ed efficace del presente articolo, la Commissione può pubblicare degli orientamenti per stabilire la forma e i dettagli della dichiarazione di cui al paragrafo 1.

Articolo 18

Dialogo strutturato

1. Il comitato organizza regolarmente un dialogo strutturato tra fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi, rappresentanti di fornitori di servizi di media e rappresentanti della società civile per discutere delle esperienze e delle migliori prassi relativamente all'applicazione dell'articolo 17 del presente regolamento, per promuovere l'accesso a offerte diversificate di media indipendenti su piattaforme online di dimensioni molto grandi e per monitorare l'adesione alle iniziative di autoregolamentazione volte a proteggere la società da contenuti nocivi, come la disinformazione o la manipolazione dell'informazione e le ingerenze da parte di entità straniere.
2. Il comitato riferisce alla Commissione in merito ai risultati del dialogo.

Articolo 19

Diritto alla personalizzazione dell'offerta di media audiovisivi

1. Gli utenti hanno il diritto di modificare facilmente le impostazioni predefinite di qualsiasi dispositivo o interfaccia utente che controlla o gestisce l'accesso ai servizi di media audiovisivi e il loro utilizzo, al fine di personalizzare l'offerta di media audiovisivi in base ai loro interessi o preferenze, nel rispetto della legge. Tale disposizione non pregiudica le misure nazionali di attuazione dell'articolo 7 bis della direttiva 2010/13/UE.
2. Quando commercializzano i dispositivi e le interfacce utente di cui al paragrafo 1, i fabbricanti e gli sviluppatori fanno in modo che vi sia una funzionalità che consenta agli utenti di modificare liberamente e facilmente le impostazioni predefinite che controllano o gestiscono l'accesso ai servizi di media audiovisivi offerti e il loro utilizzo.

Sezione 5

Prescrizioni per il buon funzionamento di misure e procedure del mercato dei media

Articolo 20

Misure nazionali che incidono sulle attività dei fornitori di servizi di media

1. Qualsiasi misura legislativa, normativa o amministrativa adottata da uno Stato membro che possa incidere sulle attività dei fornitori di servizi di media nel mercato interno è debitamente giustificata e proporzionata. Tali misure sono motivate, trasparenti, oggettive e non discriminatorie.
2. Qualsiasi procedura nazionale utilizzata ai fini della preparazione o dell'adozione di una misura regolamentare o amministrativa di cui al paragrafo 1 è soggetta a scadenze chiare stabilite in anticipo.
3. Fatto salvo il diritto a un'effettiva tutela giurisdizionale, e in aggiunta ad esso, qualsiasi fornitore di servizi di media soggetto a una misura amministrativa o normativa di cui al paragrafo 1 che lo riguardi individualmente e direttamente ha il diritto di presentare ricorso contro tale misura a un organo di appello. Tale organo è indipendente dalle parti coinvolte e da qualsiasi intervento esterno o pressione politica che possa compromettere la sua valutazione indipendente delle questioni che gli vengono sottoposte. L'organo possiede le competenze adeguate per poter svolgere efficacemente le proprie funzioni.
4. Se la Commissione ne fa richiesta, il comitato elabora un parere nel caso in cui una misura legislativa, regolamentare o amministrativa nazionale possa incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media. A seguito del parere del comitato, e fatti salvi i suoi poteri a norma dei trattati, la Commissione può emettere il proprio parere sulla questione. I pareri del comitato e, se del caso, della Commissione sono resi disponibili al pubblico.
5. Quando un'autorità o un organismo nazionale adotta una misura che incide individualmente e direttamente su un fornitore di servizi di media e può incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, tale autorità o organismo nazionale comunica, su richiesta del comitato e, se del caso, della Commissione, senza indebito ritardo e per via elettronica, tutte le informazioni del caso, compresi un sunto dei fatti, la misura adottata, i motivi sui quali l'autorità o l'organismo nazionale ha basato la misura e, se del caso, le opinioni di altre autorità interessate.

Articolo 21

Valutazione delle concentrazioni del mercato dei media

1. Nei rispettivi ordinamenti giuridici nazionali gli Stati membri prevedono norme sostanziali e procedurali che garantiscano una valutazione delle concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale. Tali norme:
 - (a) sono trasparenti, oggettive, proporzionate e non discriminatorie;
 - (b) impongono alle parti di una concentrazione del mercato dei media che potrebbe avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza

editoriale di notificare preventivamente tale concentrazione alle autorità o agli organismi nazionali competenti;

- (c) designano l'autorità o l'organismo nazionale di regolamentazione quale responsabile della valutazione dell'impatto di una concentrazione soggetta a notifica sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale o garantiscono il coinvolgimento dell'autorità o dell'organismo nazionale di regolamentazione in tale valutazione;
- (d) stabiliscono in anticipo criteri oggettivi, non discriminatori e proporzionati per la notifica delle concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale e per la valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale.

La valutazione di cui al presente paragrafo è distinta da quelle a norma del diritto della concorrenza, comprese quelle previste dalle norme sul controllo delle concentrazioni. Essa non pregiudica l'articolo 21, paragrafo 4, del regolamento (CE) n. 139/2004, ove applicabile.

2. Nella valutazione di cui al paragrafo 1, si tiene conto dei seguenti elementi:
 - (a) l'impatto della concentrazione sul pluralismo dei media, compresi i suoi effetti sulla formazione dell'opinione pubblica e sulla diversità degli operatori dei media sul mercato, tenendo conto dell'ambiente online e degli interessi, dei legami o delle attività delle parti in altri media o in imprese non appartenenti al settore dei media;
 - (b) le garanzie per l'indipendenza editoriale, compreso l'impatto della concentrazione sul funzionamento delle redazioni e l'esistenza di misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali individuali;
 - (c) la probabilità che, in assenza della concentrazione, l'entità acquirente e l'entità acquisita rimangano economicamente sostenibili e l'esistenza di possibili alternative per garantirne la sostenibilità economica.
3. La Commissione, assistita dal comitato, può pubblicare orientamenti sui fattori da prendere in considerazione per l'applicazione dei criteri di valutazione dell'impatto delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale da parte delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione.
4. L'autorità o l'organismo nazionale di regolamentazione consulta preventivamente il comitato su qualsiasi parere o decisione che intenda adottare per valutare l'impatto sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale di una concentrazione del mercato dei media soggetta a notifica, qualora tale concentrazione possa determinare ripercussioni sul funzionamento del mercato interno.
5. Entro 14 giorni di calendario dal ricevimento della consultazione di cui al paragrafo 4, il comitato elabora un parere sul progetto di parere o di decisione nazionale che gli è stato sottoposto, tenendo conto degli elementi di cui al paragrafo 2, e lo trasmette all'autorità consultante e alla Commissione.
6. L'autorità o l'organismo nazionale di regolamentazione di cui al paragrafo 4 tiene nella massima considerazione il parere di cui al paragrafo 5. Qualora non si attenga al parere, in tutto o in parte, tale autorità fornisce al comitato e alla Commissione una

giustificazione motivata della sua posizione entro 30 giorni di calendario dal ricevimento del parere. Fatti salvi i relativi poteri a norma dei trattati, la Commissione può emettere il proprio parere in materia.

Articolo 22

Pareri sulle concentrazioni del mercato dei media

1. In assenza di una valutazione o di una consultazione ai sensi dell'articolo 21, il comitato, su richiesta della Commissione, elabora un parere sull'impatto di una concentrazione del mercato dei media sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale, qualora tale concentrazione possa determinare ripercussioni sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Il comitato fonda il suo parere sugli elementi di cui all'articolo 21, paragrafo 2. Il comitato può sottoporre all'attenzione della Commissione le concentrazioni del mercato dei media che potrebbero determinare ripercussioni per il funzionamento del mercato interno dei servizi di media.
2. A seguito del parere del comitato, e fatti salvi i suoi poteri a norma dei trattati, la Commissione può emettere il proprio parere sulla questione.
3. I pareri del comitato e, se del caso, della Commissione sono resi disponibili al pubblico.

Sezione 6

Allocazione trasparente ed equa delle risorse economiche

Articolo 23

Misurazione dell'audience

1. I sistemi e le metodologie di misurazione dell'audience rispettano i principi di trasparenza, imparzialità, inclusività, proporzionalità, non discriminazione e verificabilità.
2. Fatta salva la tutela dei segreti commerciali delle imprese, i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari forniscono, senza indebiti ritardi e a titolo gratuito, ai fornitori di servizi di media e agli inserzionisti, nonché a terzi autorizzati da fornitori di servizi di media e inserzionisti, informazioni accurate, dettagliate, complete, comprensibili e aggiornate sulla metodologia utilizzata dai loro sistemi di misurazione dell'audience. La presente disposizione non pregiudica le norme dell'Unione sulla protezione dei dati e della privacy.
3. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione incoraggiano l'elaborazione di codici di condotta da parte dei fornitori di sistemi di misurazione dell'audience, insieme a fornitori di servizi di media, organizzazioni che li rappresentano e a qualsiasi altra parte interessata, al fine di contribuire al rispetto dei principi di cui al paragrafo 1, anche promuovendo audit indipendenti e trasparenti.
4. La Commissione, assistita dal comitato, può pubblicare orientamenti sull'applicazione pratica dei paragrafi 1, 2 e 3 del presente articolo.
5. Il comitato promuove lo scambio delle migliori prassi relative all'utilizzo dei sistemi di misurazione dell'audience attraverso un dialogo regolare tra i rappresentanti delle

autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione, i rappresentanti di fornitori di sistemi di misurazione dell'audience e altre parti interessate.

Articolo 24

Allocazione della pubblicità statale

1. I fondi pubblici o qualsiasi altro corrispettivo o vantaggio concesso dalle autorità pubbliche a fornitori di servizi di media a fini pubblicitari sono allocati secondo criteri trasparenti, oggettivi, proporzionati e non discriminatori e attraverso procedure aperte, proporzionate e non discriminatorie. Il presente articolo non pregiudica le norme in materia di appalti pubblici.
2. Le autorità pubbliche, compresi i governi nazionali, federali o regionali, le autorità o gli organismi di regolamentazione, nonché le imprese statali o altri enti controllati dallo Stato a livello nazionale o regionale, o le amministrazioni locali di enti territoriali con più di 1 milione di abitanti, pubblicano informazioni accurate, complete, comprensibili, dettagliate e annuali sulle spese pubblicitarie da loro allocate a fornitori di servizi di media, che includono almeno i seguenti dettagli:
 - (a) la ragione sociale dei fornitori di servizi media da cui sono stati acquistati servizi pubblicitari;
 - (b) l'importo totale annuale speso, nonché gli importi spesi per ciascun fornitore di servizi di media.
3. Le autorità o gli organismi di regolamentazione nazionali monitorano l'allocazione della pubblicità statale sui mercati dei media. Al fine di valutare l'accuratezza delle informazioni sulla pubblicità statale rese disponibili ai sensi del paragrafo 2, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione possono richiedere ai soggetti di cui al paragrafo 2 ulteriori informazioni, anche relative all'applicazione dei criteri di cui al paragrafo 1.
4. L'allocazione di risorse pubbliche a fornitori di servizi di media allo scopo di acquistare da essi beni o servizi diversi dalla pubblicità statale soggiace alle prescrizioni di cui al paragrafo 1. Il presente articolo non pregiudica l'applicazione delle norme in materia di aiuti di Stato.

Capo IV - Disposizioni finali

Articolo 25

Esercizio di monitoraggio

1. La Commissione assicura un monitoraggio indipendente del mercato interno dei servizi di media, comprendente i rischi e i progressi compiuti per quanto riguarda il suo funzionamento e la sua resilienza. I risultati dell'esercizio di monitoraggio sono soggetti a consultazione con il comitato.
2. La Commissione definisce gli indicatori prestazionali chiave da utilizzarsi per il monitoraggio di cui al paragrafo 1 in consultazione con il comitato.
3. L'esercizio di monitoraggio prevede:
 - (a) un'analisi dettagliata della resilienza dei mercati dei media di tutti gli Stati membri, anche per quanto riguarda il livello di concentrazione dei media e i

rischi di manipolazione dell'informazione e di ingerenze da parte di entità straniere;

- (b) una panoramica e una valutazione prospettica della resilienza del mercato interno dei servizi di media nel suo complesso;
 - (c) una panoramica delle misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali individuali.
4. Il monitoraggio è effettuato annualmente e i risultati sono resi disponibili al pubblico.

Articolo 26

Valutazione e relazioni

1. Entro il [quattro anni dall'entrata in vigore del presente regolamento], e successivamente ogni quattro anni, la Commissione valuta il presente regolamento e trasmette una relazione al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo.
2. Ai fini del paragrafo 1 e su sua richiesta, gli Stati membri e il comitato trasmettono alla Commissione le informazioni pertinenti.
3. Nell'effettuare le valutazioni di cui al paragrafo 1, la Commissione tiene conto:
 - (a) delle posizioni e delle conclusioni del Parlamento europeo, del Consiglio e di altri organismi o fonti pertinenti;
 - (b) dei risultati delle discussioni rilevanti svoltesi nelle sedi pertinenti;
 - (c) dei documenti pertinenti pubblicati dal comitato;
 - (d) dei risultati dell'esercizio di monitoraggio di cui all'articolo 25.

Articolo 27

Modifiche della direttiva 2010/13/UE

1. L'articolo 30 ter della direttiva 2010/13/UE è soppresso.
2. I riferimenti all'articolo 30 ter della direttiva 2010/13/UE sono intesi come riferimenti all'articolo 12 del presente regolamento.
3. I riferimenti nel diritto dell'Unione al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) sono intesi come riferimenti al comitato europeo per i servizi di media (il comitato).

Articolo 28

Entrata in vigore e applicazione

1. Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.
2. Esso si applica a decorrere dal [6 mesi dopo l'entrata in vigore].
Gli articoli da 7 a 12 e l'articolo 27 si applicano invece a decorrere dal [3 mesi dopo l'entrata in vigore] e l'articolo 19, paragrafo 2, a decorrere dal [48 mesi dopo l'entrata in vigore].

3. Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il

Per il Parlamento europeo
La presidente

Per il Consiglio
Il presidente

SCHEDA FINANZIARIA LEGISLATIVA

1. CONTESTO DELLA PROPOSTA/INIZIATIVA

- 1.1. Titolo della proposta/iniziativa
- 1.2. Settore/settori interessati
- 1.3. La proposta/iniziativa riguarda
- 1.4. Obiettivi
- 1.5. Motivazione della proposta/iniziativa
- 1.6. Durata e incidenza finanziaria della proposta/iniziativa
- 1.7. Modalità di gestione previste

2 MISURE DI GESTIONE

- 2.1. Disposizioni in materia di monitoraggio e di relazioni
- 2.2. Sistema o sistemi di gestione e di controllo
- 2.3. Misure di prevenzione delle frodi e delle irregolarità

3. INCIDENZA FINANZIARIA PREVISTA DELLA PROPOSTA/INIZIATIVA

- 3.1. Rubrica/rubriche del quadro finanziario pluriennale e linea/linee di bilancio di spesa interessate
- 3.2. Incidenza finanziaria prevista della proposta sugli stanziamenti
- 3.3. Incidenza prevista sulle entrate

SCHEDA FINANZIARIA LEGISLATIVA

1. CONTESTO DELLA PROPOSTA/INIZIATIVA

1.1. Titolo della proposta/iniziativa

Regolamento che istituisce un quadro comune per i servizi di media nell'ambito del mercato interno (legge europea per la libertà dei media) e modifica la direttiva 2010/13/UE

1.2. Settore/settori interessati

- Mercato interno
- Investire nelle persone, nella coesione sociale e nei valori
- Un nuovo slancio per la democrazia europea

1.3. La proposta/iniziativa riguarda:

- ☒ **una nuova azione**
- ☐ **una nuova azione a seguito di un progetto pilota/un'azione preparatoria⁵⁹**
- ☐ **la proroga di un'azione esistente**
- ☐ **la fusione o il riorientamento di una o più azioni verso un'altra/una nuova azione**

1.4. Obiettivi

1.4.1. Obiettivi generali

L'obiettivo generale dell'intervento è migliorare il funzionamento del mercato interno dei media. Il miglioramento del funzionamento del mercato interno dei media favorirà la fornitura di servizi di media di qualità, rafforzando quindi l'integrità del mercato interno nel suo complesso. Con un regolamento che stabilirà norme comuni, sostenuto da un quadro di cooperazione strutturato per le autorità di regolamentazione dei media nell'ambito di un comitato composto da rappresentanti delle autorità o degli organismi nazionali indipendenti di regolamentazione dei media competenti, verrà conseguito questo obiettivo.

1.4.2. Obiettivi specifici

Promuovere le attività e gli investimenti transfrontalieri nel mercato interno dei media

L'obiettivo è agevolare gli operatori del mercato dei media affinché espandano le proprie attività nel mercato interno, aumentando gradualmente gli investimenti transfrontalieri in termini di numero e valore. In questo senso l'iniziativa è finalizzata al coordinamento di determinati elementi dei diversi quadri nazionali per quanto riguarda il pluralismo dei media, per favorire la fornitura di servizi transfrontalieri. In particolare, l'iniziativa mira a garantire che, nella valutazione delle operazioni sul mercato dei media, le autorità nazionali indipendenti affrontino il pluralismo dei media in modo coerente in tutto il mercato dei media dell'UE attraverso criteri comuni e coordinandosi a livello di Unione.

⁵⁹

A norma dell'articolo 58, paragrafo 2, lettera a) o b), del regolamento finanziario.

Aumentare la cooperazione e la convergenza normativa nel mercato interno dei media

L'obiettivo è rafforzare la cooperazione normativa per un'applicazione più efficace del quadro normativo dell'UE in materia di media nel contesto transfrontaliero, nonché promuovere la convergenza normativa mediante pareri e orientamenti a livello di UE, promuovendo così approcci coerenti all'indipendenza e al pluralismo dei media, anche online. Un altro obiettivo è fornire strumenti per un'azione collettiva, a livello di UE, da parte di autorità di regolamentazione indipendenti per tutelare il mercato interno dell'UE dai fornitori di servizi (anche di paesi terzi) che non rispettano le norme dell'UE in materia di media.

Agevolare la libera fornitura di servizi di media di qualità nel mercato interno

L'obiettivo è garantire che i consumatori e le imprese abbiano accesso a contenuti affidabili forniti da media indipendenti in un mercato dei servizi di media sempre più digitale e intrinsecamente transfrontaliero. Ai fini della promozione di servizi di media di qualità nel mercato interno, l'iniziativa mirerà ad attenuare la tendenza all'esercizio di indebite ingerenze pubbliche e private nella libertà editoriale. Migliorerà la trasparenza della proprietà specifica per i media, con l'obiettivo di rafforzare la rendicontabilità e l'indipendenza dei media. L'obiettivo è anche promuovere l'autoregolamentazione per il funzionamento indipendente delle imprese del settore dei media. L'iniziativa è mirata inoltre a garantire che i giornalisti possano lavorare senza subire ingerenze, in particolare per quanto riguarda la protezione delle loro fonti.

Fare in modo che le risorse economiche siano allocate in modo trasparente ed equo nel mercato interno dei media

L'obiettivo è garantire parità di condizioni per gli operatori del mercato dei media promuovendo un'allocazione trasparente ed equa delle risorse economiche. Questo obiettivo sarà conseguito migliorando la trasparenza, la non discriminazione, la proporzionalità, l'obiettività e l'inclusività delle metodologie di misurazione dell'audience, in particolare online. L'obiettivo è anche garantire la trasparenza, la non discriminazione, la proporzionalità e l'obiettività della pubblicità statale allocata ai media, così da ridurre al minimo i rischi di favoritismi di mezzi di informazione filogovernativi o di sfruttamento del sostegno pubblico per interessi di parte, a scapito di altri attori del mercato, e promuovere così una concorrenza leale nel mercato interno dei media.

1.4.3. Risultati e incidenza previsti

Si prevede che un regolamento e una raccomandazione rivolti alle imprese del settore dei media e agli Stati membri per promuovere l'indipendenza dei media, sostenuti da una struttura di governance costituita dal comitato, assistito da un segretariato della Commissione, miglioreranno il funzionamento del mercato interno dei media mediante il ravvicinamento delle normative e degli approcci nazionali negli ambiti correlati al pluralismo dei media, in modo efficiente, coerente, proporzionato e ampiamente efficace.

Il modello finanziario per la valutazione d'impatto che accompagna la proposta stima i benefici economici netti, in termini di aumento delle entrate, a 2 885 milioni di EUR per il primo anno e a 2 898,1 milioni di EUR per gli anni successivi. Gli operatori del mercato dei media otterranno vantaggi normativi diretti.

Il settore audiovisivo beneficerà in particolare dell'introduzione di prescrizioni comuni per le norme nazionali in materia di pluralismo dei media e per le procedure di controllo del mercato e si avvarrà di economie di scala in un mercato interno dei media più funzionante, più prevedibile e coerente e meno protezionistico.

Le emittenti e i fornitori di notizie (anche con mezzi audiovisivi) e le entità non nazionali, che hanno maggiori probabilità di soffrire della frammentazione normativa, potranno espandere le loro attività in altri Stati membri.

Queste emittenti e imprese della stampa che accolgono le raccomandazioni sulle garanzie per l'indipendenza editoriale rafforzeranno la loro indipendenza editoriale e potranno godere di una maggiore libertà nel prendere decisioni senza subire ingerenze pubbliche o private, ampliando la pluralità delle voci o delle opinioni espresse e delle questioni analizzate nei loro contenuti mediatici. Inoltre, i giornalisti saranno più indipendenti nei confronti dei proprietari dei media grazie alla maggiore diffusione di queste garanzie all'interno delle imprese del settore.

Una maggiore trasparenza sulla proprietà dei media e, in particolare, sugli altri interessi commerciali dei proprietari rafforzerà la concorrenza leale, soprattutto nel settore della stampa (che comprende i media cartacei e online), per il quale gli Stati membri non dispongono di strumenti di trasparenza specifici, come i registri dei media.

Sistemi di misurazione dell'audience online più trasparenti ridurranno le distorsioni del mercato, rafforzeranno ulteriormente la parità di condizioni tra i fornitori di servizi di media e gli operatori online e saranno particolarmente vantaggiosi per i servizi di media audiovisivi e la stampa online, oltre che per gli inserzionisti online. Ci saranno vantaggi anche per i giornalisti, che potranno capire meglio come gli operatori online misurano l'audience dei servizi di media. Le misure relative alla trasparenza e all'equità della pubblicità statale ridurranno le distorsioni del mercato, garantendo l'accesso a questa fonte di reddito da parte di una gamma più ampia di mezzi di informazione.

Le PMI beneficeranno di una maggiore certezza e di spese legali inferiori. Un accesso potenzialmente più ampio alla pubblicità statale rappresenterà inoltre un'opportunità proporzionalmente maggiore per le imprese di minori dimensioni. Allo stesso modo, le PMI si trovano in una posizione particolarmente debole rispetto agli operatori online per quanto riguarda la misurazione dell'audience online, pertanto l'iniziativa contribuirà a instaurare parità di condizioni per le PMI nel quadro della concorrenza per i proventi della pubblicità.

1.4.4. Indicatori prestazionali

Indicatori proposti e risultati attesi	Riferimento
Indicatore - numero e valore degli investimenti transfrontalieri nei mercati dei media degli Stati membri dell'UE-27 (annuale)	Investimenti nel periodo 2013-2021 da parte degli investitori: - UE: 478 operazioni - non-UE: 389 operazioni
Risultato atteso - aumento graduale del numero e del valore degli investimenti transfrontalieri	Valore del 60 % delle operazioni: 84 miliardi di EUR

Indicatore - numero di pareri del comitato su decisioni nazionali relative al controllo del mercato dei media presi in considerazione dall'autorità nazionale competente (annuale) Risultato atteso - percentuale di pareri del comitato presi in considerazione dagli Stati membri	n.d.
Indicatore - percentuale di casi risolti dal comitato nell'ambito del meccanismo di cooperazione e del meccanismo di assistenza reciproca (annuale) Risultato atteso - percentuale di casi risolti dal comitato	n.d.
Indicatore - numero di documenti di orientamento/relazioni pubblicati dalla Commissione e/o dal comitato, a seconda dei casi, in aree normative chiave per il pluralismo dei media (ogni tre anni) Risultato atteso - aumento del numero di aree pertinenti al pluralismo dei media incluse in orientamenti/relazioni a livello di UE	n.d.
Indicatore - punteggi di rischio (annuali) su: - indipendenza politica dei media - autonomia editoriale - indipendenza della governance dei media di servizio pubblico - influenza commerciale e della proprietà sui contenuti editoriali - protezione delle fonti giornalistiche - trasparenza della proprietà dei media Risultato atteso - graduale riduzione dei punteggi di rischio	Rispettivi punteggi di rischio MPM2021: - 54 % - 55 % - 50 % - 60 % - 16 % - 58 %
Indicatore - numero di Stati membri dotati di organismi di autoregolamentazione dei media (annuale) Risultato atteso - aumento graduale del numero di Stati membri dotati di organismi di autoregolamentazione	16
Indicatore - fiducia percepita dei cittadini nei media (semestrale) Risultato atteso - graduale aumento della fiducia nei media	Tra coloro che hanno risposto, percentuale di quanti nutrono fiducia nei media seguenti: 58 %: radio 51 %: televisione 51 %: stampa 35 %: internet

Indicatore - numero di casi relativi a mancata conformità con i principi dei sistemi di misurazione dell'audience (annuale) Risultato atteso - graduale diminuzione della mancata conformità dei sistemi di misurazione dell'audience con il nuovo quadro normativo dell'UE	Nielsen: il 61 % dei professionisti del marketing è d'accordo nell'avere accesso ai dati qualitativi dell'audience necessari per ottenere il massimo dal proprio bilancio per i media
Indicatore - punteggio di rischio (annuale) sulla distribuzione della pubblicità statale Risultato atteso - graduale riduzione del punteggio di rischio	Punteggio di rischio MPM 2021 sulla pubblicità statale: 70 %

1.5. Motivazione della proposta/iniziativa

1.5.1. *Esigenze nel breve e lungo termine, con calendario dettagliato delle fasi attuative dell'iniziativa*

La maggior parte delle disposizioni del regolamento sarà direttamente applicabile a partire da sei mesi dopo la sua entrata in vigore. Per preparare il terreno a una corretta attuazione della legge europea per la libertà dei media, le sue disposizioni sulle autorità indipendenti per i media e sul comitato europeo per i servizi di media e la connessa modifica della direttiva sui servizi di media audiovisivi (AVMS) si applicheranno già tre mesi dopo l'entrata in vigore della legge. Ciò consentirà di istituire il comitato in tempo utile per garantire un'attuazione efficace del regolamento.

Il comitato succederà, sostituendolo, al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) istituito con la direttiva AVMS. Il nome è stato cambiato per rispecchiare un mandato più ampio, comprensivo di ulteriori funzioni. Il comitato sarà sostenuto da risorse aggiuntive (in particolare personale aggiuntivo interno alla Commissione, DG CNECT). Con la legge europea per la libertà dei media, tutti i riferimenti al gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) nel diritto dell'UE, e in particolare nella direttiva AVMS, sono intesi come riferimenti al comitato europeo per i servizi di media (il comitato).

Così come attualmente l'ERGA, anche il comitato sarà assistito nelle sue attività da un segretariato fornito dalla Commissione. Il segretariato continuerà ad avere sede presso la DG CNECT. Il segretariato fornirà al comitato sostegno amministrativo e organizzativo. Le risorse previste a norma del regolamento per il segretariato consentiranno a quest'ultimo di assistere il comitato nello svolgimento delle sue funzioni. Il segretariato del comitato sarà costituito nei primi due anni di attuazione, a partire dal 2024, e la piena capacità del personale sarà raggiunta nel 2025.

Per sostenere l'attuazione della legge europea per la libertà dei media, la DG CNECT dovrà commissionare studi esterni. Tali studi potranno essere utilizzati anche per sostenere le attività del comitato e orientarne l'operato. Le risorse di bilancio annuali a copertura di tali studi saranno disponibili a partire dall'inizio della fase attuativa, previsto per il 2024, per effetto della riassegnazione di fondi dal programma Europa creativa.

1.5.2. *Valore aggiunto dell'intervento dell'Unione (che può derivare da diversi fattori, ad es. un miglior coordinamento, la certezza giuridica o un'efficacia e una complementarità maggiori). Ai fini del presente punto, per "valore aggiunto dell'intervento dell'Unione" si intende il valore derivante dall'intervento dell'Unione*

che va ad aggiungersi al valore che avrebbero altrimenti generato gli Stati membri se avessero agito da soli

Motivi dell'azione a livello europeo (ex ante): L'iniziativa mira a garantire un migliore funzionamento del mercato interno dei media migliorando la certezza giuridica ed eliminando gli ostacoli al mercato interno. Le norme istituiranno meccanismi per aumentare la trasparenza, l'indipendenza e la rendicontabilità delle misure e delle azioni che interessano la libertà, il pluralismo e i mercati dei media all'interno dell'UE.

Valore aggiunto dell'Unione previsto (ex post): La valutazione d'impatto che accompagna la presente proposta indica che l'intervento ridurrebbe l'onere per gli operatori del mercato che devono conformarsi a diversi regimi giuridici nazionali quando operano in più Stati membri. Oltre a ciò, aumenterebbe la prevedibilità e rafforzerebbe la certezza giuridica per gli operatori del mercato dei media, promuovendo così la concorrenza leale e gli investimenti transfrontalieri. Consentirebbe inoltre una risposta coordinata delle autorità di regolamentazione dei media nelle questioni che riguardano lo spazio dell'informazione dell'UE. I benefici economici netti, in termini di aumento delle entrate, sono stimati in 2 885 milioni di EUR per il primo anno e 2 898 milioni di EUR per gli anni successivi. Istituito un quadro comune dell'UE che favorisca l'attività transfrontaliera, rafforzando la cooperazione tra le autorità di regolamentazione, promuovendo la fornitura di contenuti mediatici di qualità e affrontando le pratiche che distorcono la concorrenza, l'iniziativa creerà condizioni più favorevoli allo sviluppo di servizi di media transfrontalieri e amplierà la gamma di contenuti mediatici di qualità a disposizione dei consumatori. Ciò rafforzerà il mercato interno dei media promuovendo al contempo la libertà e il pluralismo dei media, tutelati dalla Carta dei diritti fondamentali.

1.5.3. Insegnamenti tratti da esperienze analoghe

La presente proposta si basa sull'esperienza maturata dalla Commissione con la direttiva sui servizi di media audiovisivi (AVMS), riveduta l'ultima volta nel 2018 e che deve ancora essere recepita in alcuni Stati membri. Sebbene non esista ancora una valutazione completa della direttiva AVMS riveduta, quest'ultima contiene una serie di misure normative per i media relative alla protezione dei consumatori e alla promozione di interessi di ordine pubblico, come la diversità culturale. Essa si limita però ai servizi di media audiovisivi e non prende in considerazione le questioni relative al pluralismo e all'indipendenza dei media (al di là dell'indipendenza delle autorità e degli organismi di regolamentazione nazionali), che saranno affrontate dall'intervento. I principali insegnamenti tratti in materia sono che un regolamento potrà probabilmente permettere il conseguimento dei risultati desiderati dell'intervento molto più rapidamente di una direttiva, e che per ottenere una regolamentazione dei media efficace e coerente è necessaria una struttura di supporto istituzionale più forte e dotata di maggiori risorse.

1.5.4. Compatibilità con il quadro finanziario pluriennale ed eventuali sinergie con altri strumenti pertinenti

La presente proposta figura nella sezione "Un nuovo slancio per la democrazia europea" del programma di lavoro della Commissione per il 2022.

La legge europea per la libertà dei media integrerà il quadro normativo in materia, che comprende le norme sul diritto d'autore, la revisione della direttiva AVMS,

nonché la legge sui servizi digitali e la legge sui mercati digitali recentemente adottate. Per quanto riguarda la trasparenza della proprietà, permetterà sinergie con la direttiva antiriciclaggio e la direttiva sul diritto societario dell'UE. Per ciò che concerne le fonti giornalistiche, la legge aggiungerà una solida tutela mirata contro l'utilizzo di spyware nei dispositivi utilizzati dai fornitori di servizi di media o dai loro dipendenti, sulla base delle tutele di cui alle direttive 2002/58/CE, (UE) 2016/680 e 2013/40/UE.

La legge è pienamente compatibile con le azioni di finanziamento intraprese nell'ambito del quadro finanziario pluriennale, programma Europa creativa, in particolare per quanto riguarda il monitoraggio e la difesa della libertà e del pluralismo dei media e i partenariati giornalistici.

1.5.5. Valutazione delle varie opzioni di finanziamento disponibili, comprese le possibilità di riassegnazione

Sulla base dell'attuale esperienza con il lavoro dell'ERGA e del suo segretariato, si stima che il sostegno della Commissione al nuovo comitato europeo per i servizi di media, in particolare la messa a disposizione del segretariato del comitato, richiederà da 8 a 10 ETP. Altre possibili opzioni sono state prese in considerazione nella valutazione d'impatto allegata.

Si stima che gli studi aggiuntivi che la Commissione dovrà commissionare dovrebbero costare fino a 1 milione di EUR all'anno.

Il funzionamento del comitato, in particolare il rimborso delle spese di viaggio, dovrebbe richiedere circa 150 000 - 200 000 EUR all'anno.

I costi amministrativi ricorrenti delle autorità nazionali di regolamentazione per la partecipazione al comitato (ad es. gli stipendi del personale impiegato a tale scopo) sarebbero coperti dalle stesse autorità nazionali, come avviene oggi per l'ERGA e altri organismi analoghi.

I costi per le attività dell'ERGA e per commissionare gli studi relativi alla direttiva AVMS sono attualmente finanziati dalla sezione Media del programma Europa creativa.

La sezione transettoriale del programma Europa creativa mira a "promuovere attività transettoriali tese all'adeguamento ai cambiamenti strutturali e tecnologici cui deve far fronte il settore dei media, anche promuovendo un ambiente mediatico libero, diversificato e pluralistico, il giornalismo di qualità e l'alfabetizzazione mediatica, anche nell'ambiente digitale" (articolo 7, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (UE) 2021/818 che istituisce il programma Europa creativa).

Pertanto la sezione transettoriale sarà la fonte di finanziamento dei costi relativi al funzionamento del comitato, il cui mandato riguarderà diversi tipi di operatori del mercato dei media nel settore audiovisivo e in altri settori dei media.

La fonte di finanziamento degli studi dipenderà dall'oggetto di tali studi: quelli che riguardano esclusivamente l'audiovisivo continueranno ad essere finanziati dalla sezione Media del programma Europa creativa, mentre gli altri studi necessari saranno finanziati dalla sezione transettoriale.

1.6. Durata e incidenza finanziaria della proposta/iniziativa

☐ **durata limitata**

- ☐ in vigore a decorrere dal [GG/MM]AAAA fino al [GG/MM]AAAA
- ☐ incidenza finanziaria dal AAAA al AAAA per gli stanziamenti di impegno e dal AAAA al AAAA per gli stanziamenti di pagamento.

☒ **durata illimitata**

- Attuazione con un periodo di avviamento dal 2024 al 2025
- e successivo funzionamento a pieno ritmo.

1.7. Modalità di gestione previste

☒ **Gestione diretta** a opera della Commissione

- ☒ a opera dei suoi servizi, compreso il suo personale presso le delegazioni dell'Unione

- ☐ a opera delle agenzie esecutive

☐ **Gestione concorrente** con gli Stati membri

☐ **Gestione indiretta** affidando compiti di esecuzione del bilancio:

- ☐ a paesi terzi o organismi da questi designati;
- ☐ a organizzazioni internazionali e loro agenzie (specificare);
- ☐ alla BEI e al Fondo europeo per gli investimenti;
- ☐ agli organismi di cui agli articoli 70 e 71 del regolamento finanziario;
- ☐ a organismi di diritto pubblico;
- ☐ a organismi di diritto privato investiti di attribuzioni di servizio pubblico nella misura in cui sono dotati di sufficienti garanzie finanziarie;
- ☐ a organismi di diritto privato di uno Stato membro preposti all'attuazione di un partenariato pubblico-privato e che sono dotati di sufficienti garanzie finanziarie;
- ☐ alle persone incaricate di attuare azioni specifiche della PESC a norma del titolo V TUE e indicate nel pertinente atto di base.
- *Se è indicata più di una modalità, fornire ulteriori informazioni alla voce "Osservazioni".*

Osservazioni

--

2. MISURE DI GESTIONE

2.1. Disposizioni in materia di monitoraggio e di relazioni

Dopo l'adozione dello strumento legislativo, gli Stati membri avranno a disposizione da tre a sei mesi per adeguare i rispettivi quadri nazionali, ove necessario. La prima valutazione dello strumento sarà eseguita quattro anni dopo l'entrata in vigore delle nuove norme, mentre successivamente le valutazioni saranno eseguite ogni quattro anni. Il monitoraggio a opera della Commissione sarà sostenuto dal comitato.

Sarà previsto inoltre un sistema di monitoraggio specifico per la raccomandazione che accompagna la proposta. Esso combinerà relazioni mirate da parte degli Stati membri e il nuovo meccanismo per il monitoraggio indipendente dei rischi per il funzionamento del mercato interno per quanto riguarda i servizi di media ai sensi del regolamento.

2.2. Sistema o sistemi di gestione e di controllo

2.2.1. *Giustificazione della o delle modalità di gestione, del meccanismo o dei meccanismi di attuazione del finanziamento, delle modalità di pagamento e della strategia di controllo proposti*

A norma della legge europea per la libertà dei media, il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) sarà trasformato nel comitato europeo per i servizi di media. Esso promuoverà l'applicazione efficace e coerente della legge europea per la libertà dei media e della direttiva AVMS in tutti gli Stati membri. In linea con le sue funzioni a norma del diritto dell'UE, il comitato fornirà, tra l'altro, consulenze specialistiche su aspetti normativi, tecnici o pratici della regolamentazione dei media, formulerà pareri, coordinerà azioni relative a fornitori di servizi (anche di paesi terzi) che non rispettano le norme dell'UE in materia di media e promuoverà la cooperazione e lo scambio efficace di informazioni, esperienze e migliori prassi tra le autorità di regolamentazione.

Al fine di garantire che il comitato adempia al proprio mandato, si prevede che la Commissione lavorerà a stretto contatto con le autorità e gli organismi nazionali di regolamentazione competenti. Il regolamento prevede inoltre che il presidente del comitato debba tenere informata la Commissione sulle attività del comitato, programmate e in corso. Il comitato è altresì tenuto a consultare la Commissione nella preparazione del suo programma di lavoro e dei suoi principali risultati, conformemente al proprio regolamento interno.

In linea con le pratiche attuali e coerentemente con l'opzione strategica scelta, la Commissione attuerà il finanziamento previsto nell'ambito del programma Europa creativa mediante la gestione diretta. Esso è coperto dalla rispettiva strategia di controllo. I controlli saranno eseguiti dalla DG CNECT.

2.2.2. *Informazioni concernenti i rischi individuati e il sistema o i sistemi di controllo interno per ridurli*

Per garantire che il comitato adempia al suo mandato come stabilito dal presente regolamento, è prevista l'istituzione di un segretariato, messo a disposizione dalla Commissione. Tale segretariato assisterà il comitato nelle sue attività e fornirà sostegno amministrativo e organizzativo.

Il sistema di controllo e sostegno previsto consente di ridurre i rischi potenziali. Poiché la legge si basa su una struttura già esistente e tenendo conto della gestione diretta delle risorse finanziarie pertinenti da parte della Commissione, non sono stati identificati rischi significativi.

I controlli fanno parte del sistema di controllo interno della DG CNECT.

- 2.2.3. *Stima e giustificazione del rapporto costo/efficacia dei controlli (rapporto "costi del controllo ÷ valore dei fondi pertinenti gestiti") e valutazione dei livelli di rischio di errore previsti (al pagamento e alla chiusura)*

Saranno utilizzati i sistemi e le procedure di controllo interno della DG CNECT, funzionali ed efficaci dal punto di vista dei costi. L'obiettivo è garantire un tasso di errore inferiore alla soglia di rilevanza del 2 %.

2.3. Misure di prevenzione delle frodi e delle irregolarità

Le vigenti misure di prevenzione delle frodi applicabili alla Commissione si applicheranno agli stanziamenti supplementari necessari per il presente regolamento.

3. INCIDENZA FINANZIARIA PREVISTA DELLA PROPOSTA/INIZIATIVA

3.1. Rubrica/rubriche del quadro finanziario pluriennale e linea/linee di bilancio di spesa interessate

- Linee di bilancio esistenti

Rubrica del quadro finanziario pluriennale	Linea di bilancio	Tipo di spesa	Partecipazione			
	Numero	Diss./Non diss. ⁶⁰	di paesi EFTA ⁶¹	di paesi candidati ⁶²	di paesi terzi	ai sensi dell'articolo 21, paragrafo 2, lettera b), del regolamento finanziario
2b	07.010401 – Spese di sostegno per Europa creativa	Non diss.	Sì	Sì	Sì	NO
2b	07.050300 – Europa creativa – sezione transettoriale	Diss.	Sì	Sì	Sì	NO
2b	07.050200 – Europa creativa – sezione Media	Diss.	Sì	Sì	Sì	NO

- Nuove linee di bilancio di cui è chiesta la creazione

N.D.

⁶⁰ Diss. = stanziamenti dissociati / Non diss. = stanziamenti non dissociati.

⁶¹ EFTA: Associazione europea di libero scambio.

⁶² Paesi candidati e, se del caso, potenziali candidati dei Balcani occidentali.

3.2. Incidenza finanziaria prevista della proposta sugli stanziamenti

3.2.1. Sintesi dell'incidenza prevista sugli stanziamenti operativi

- ☐ La proposta/iniziativa non comporta l'utilizzo di stanziamenti operativi.
- ☒ La proposta/iniziativa comporta l'utilizzo di stanziamenti operativi, come spiegato di seguito:

Gli stanziamenti saranno riassegnati all'interno delle dotazioni finanziarie assegnate alle sezioni "Media" e "Transettoriale" del programma Europa creativa e alla linea di bilancio per il sostegno amministrativo nel QFP 2021-2027.

Mio EUR (al terzo decimale)

Rubrica del quadro finanziario pluriennale	2b	COESIONE, RESILIENZA E VALORI
--	----	-------------------------------

DG CNECT			2024	2025	2026	2027	Dopo il 2027	TOTALE
•Stanziamenti operativi (riassegnati all'interno del programma Europa creativa)								
07.050200 – Europa creativa – sezione Media	Impegni	(1a)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Pagamenti	(2a)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
07.050300 – Europa creativa – sezione transettoriale	Impegni	(1b)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Pagamenti	(2b)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
Stanziamenti amministrativi finanziati dalla dotazione di programmi specifici ⁶³								
07.010401 – Spese di sostegno per Europa creativa		(3)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
TOTALE stanziamenti per la DG CNECT	Impegni	=1a+1b+3	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Pagamenti	=2a+2b+3	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

⁶³

Assistenza tecnica e/o amministrativa e spese di sostegno all'attuazione di programmi e/o azioni dell'UE (ex linee "BA"), ricerca indiretta, ricerca diretta.

• TOTALE stanziamenti operativi	Impegni	(4)	1,000	1,000	1,000	1,000		4,000
	Pagamenti	(5)	0,500	1,000	1,000	1,000	0,500	4,000
• TOTALE stanziamenti amministrativi finanziati dalla dotazione di programmi specifici		(6)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
TOTALE stanziamenti per la RUBRICA 2b del quadro finanziario pluriennale	Impegni	=4+6	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Pagamenti	=5+6	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

Rubrica del quadro finanziario pluriennale	7	"Spese amministrative"
---	----------	------------------------

Mio EUR (al terzo decimale)

		2024	2025	2026	2027	Dopo il 2027	TOTALE
DG CNECT							
⊗ Risorse umane		0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
○ Altre spese amministrative							
TOTALE DG CNECT	Stanziamenti	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508

TOTALE stanziamenti per la RUBRICA 7 del quadro finanziario pluriennale	(Totale impegni = Totale pagamenti)	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
--	-------------------------------------	-------	-------	-------	-------	--	--------------

Mio EUR (al terzo decimale)

		2024	2025	2026	2027	Dopo il 2027	TOTALE
TOTALE stanziamenti per le RUBRICHE da 1 a 7 del quadro finanziario pluriennale	Impegni	1,844	2,488	2,488	2,488		9,308
	Pagamenti	1,344	2,488	2,488	2,488	0,500	9,308

3.2.2. Risultati previsti finanziati con gli stanziamenti operativi

N.D.

3.2.3. Sintesi dell'incidenza prevista sugli stanziamenti amministrativi

- ☐ La proposta/iniziativa non comporta l'utilizzo di stanziamenti amministrativi.
- ☒ La proposta/iniziativa comporta l'utilizzo di stanziamenti amministrativi, come spiegato di seguito:

Mio EUR (al terzo decimale)

	2024	2025	2026	2027	Dopo il 2027	TOTALE
--	------	------	------	------	--------------	--------

RUBRICA 7 del quadro finanziario pluriennale						
Risorse umane	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
Altre spese amministrative						
Totale parziale RUBRICA 7 del quadro finanziario pluriennale	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508

Esclusa la RUBRICA 7⁶⁴ del quadro finanziario pluriennale						
Risorse umane						
Altre spese amministrative						
Totale parziale esclusa la RUBRICA 7 del quadro finanziario pluriennale						

TOTALE	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--	--------------

Il fabbisogno di stanziamenti relativi alle risorse umane e alle altre spese amministrative è coperto dagli stanziamenti della DG già assegnati alla gestione dell'azione e/o riassegnati all'interno della stessa DG, integrati dall'eventuale dotazione supplementare concessa alla DG responsabile nell'ambito della procedura annuale di assegnazione, tenendo conto dei vincoli di bilancio.

⁶⁴ Assistenza tecnica e/o amministrativa e spese di sostegno all'attuazione di programmi e/o azioni dell'UE (ex linee "BA"), ricerca indiretta, ricerca diretta.

Fabbisogno previsto di risorse umane

- ☐ La proposta/iniziativa non comporta l'utilizzo di risorse umane.
- ☒ La proposta/iniziativa comporta l'utilizzo di risorse umane, come spiegato di seguito:

Stima da esprimere in equivalenti a tempo pieno

	2024	2025	2026	2027
• Posti della tabella dell'organico (funzionari e agenti temporanei)				
20 01 02 01 (sede e uffici di rappresentanza della Commissione)	3	6	6	6
20 01 02 03 (delegazioni)				
01 01 01 01 (ricerca indiretta)				
01 01 01 11 (ricerca diretta)				
Altre linee di bilancio (specificare)				
• Personale esterno (in equivalenti a tempo pieno: ETP)⁶⁵				
20 02 01 (AC, END, INT della dotazione globale)	2	4	4	4
20 02 03 (AC, AL, END, INT e JPD nelle delegazioni)				
XX 01 xx yy zz⁶⁶	- in sede			
	- nelle delegazioni			
01 01 01 02 (AC, END, INT - ricerca indiretta)				
01 01 01 12 (AC, END, INT - ricerca diretta)				
Altre linee di bilancio (specificare)				
TOTALE	5	10	10	10

Il fabbisogno di risorse umane è coperto dal personale della DG già assegnato alla gestione dell'azione e/o riassegnato all'interno della stessa DG, integrato dall'eventuale dotazione supplementare concessa alla DG responsabile nell'ambito della procedura annuale di assegnazione, tenendo conto dei vincoli di bilancio.

Descrizione dei compiti da svolgere:

Funzionari e agenti temporanei	Vigilare sulla corretta attuazione degli obblighi sanciti dal regolamento per le aziende private, gli Stati membri e le autorità e gli organismi nazionali di regolamentazione riuniti nel comitato Rappresentare la Commissione in seno al comitato e collaborare con il comitato nell'ambito delle sue attività, anche per quanto riguarda il programma di lavoro annuale e il regolamento interno Gestire le procedure previste dal regolamento, in particolare per quanto riguarda le funzioni del comitato Fornire sostegno al comitato nello svolgimento delle sue funzioni ai sensi del regolamento Fornire sostegno amministrativo e logistico al comitato, in particolare per quanto riguarda l'organizzazione quotidiana e l'organizzazione delle riunioni Fornire sostegno alla cooperazione e al coordinamento delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione a livello di UE Commissionare e gestire studi esterni relativi al regolamento e alle attività del
--------------------------------	--

⁶⁵ AC = agente contrattuale; AL = agente locale; END = esperto nazionale distaccato; INT = personale interinale; JPD = giovane professionista in delegazione.

⁶⁶ Sottomassimale per il personale esterno previsto dagli stanziamenti operativi (ex linee "BA").

	comitato
Personale esterno	Fornire sostegno al comitato nello svolgimento delle sue funzioni ai sensi del regolamento Fornire sostegno amministrativo e logistico al comitato, in particolare per quanto riguarda l'organizzazione quotidiana e l'organizzazione delle riunioni Fornire sostegno alla cooperazione e al coordinamento delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione a livello di UE

3.2.4. *Compatibilità con il quadro finanziario pluriennale attuale*

La proposta/iniziativa:

- ☒ può essere interamente finanziata mediante riassegnazione all'interno della pertinente rubrica del quadro finanziario pluriennale (QFP).

Gli stanziamenti saranno riassegnati all'interno delle dotazioni finanziarie assegnate alle sezioni "Media" e "transettoriale" del programma Europa creativa e alla linea di bilancio per il sostegno amministrativo nel QFP 2021-2027. Ciò non avrà un impatto significativo su altre attività del programma, poiché sarà assorbito in modo uniforme da tutte le azioni.

- ☐ comporta l'uso del margine non assegnato della pertinente rubrica del QFP e/o l'uso degli strumenti speciali definiti nel regolamento QFP.

- ☐ comporta una revisione del QFP.

3.2.5. *Partecipazione di terzi al finanziamento*

La proposta/iniziativa:

- ☒ non prevede cofinanziamenti da terzi
- ☐ prevede il cofinanziamento da terzi indicato di seguito:

Stanziamenti in Mio EUR (al terzo decimale)

	Anno N	Anno N+1	Anno N+2	Anno N+3	Inserire gli anni necessari per evidenziare la durata dell'incidenza (cfr. punto 1.6)			Totale
Specificare l'organismo di cofinanziamento								
TOTALE stanziamenti cofinanziati								

3.3. Incidenza prevista sulle entrate

- ☒ La proposta/iniziativa non ha incidenza finanziaria sulle entrate.
- ☐ La proposta/iniziativa ha la seguente incidenza finanziaria:
 - ☐ sulle risorse proprie
 - ☐ su altre entrate
 - indicare se le entrate sono destinate a linee di spesa specifiche ☐

Mio EUR (al terzo decimale)

Linea di bilancio delle entrate:	Stanziamenti disponibili per l'esercizio in corso	Incidenza della proposta/iniziativa ⁶⁷					
		Anno N	Anno N+1	Anno N+2	Anno N+3	Inserire gli anni necessari per evidenziare la durata dell'incidenza (cfr. punto 1.6)	
Articolo							

Per quanto riguarda le entrate con destinazione specifica, precisare la o le linee di spesa interessate.

--

Altre osservazioni (ad es. formula/metodo per calcolare l'incidenza sulle entrate o altre informazioni)

⁶⁷ Per le risorse proprie tradizionali (dazi doganali, contributi zucchero), indicare gli importi netti, cioè gli importi lordi al netto del 20 % per spese di riscossione.