



2024/1083

17.4.2024

REGOLAMENTO (UE) 2024/1083 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

dell'11 aprile 2024

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

(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 ⁽¹⁾,

visto il parere del Comitato delle regioni ⁽²⁾,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria ⁽³⁾,

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 la funzione di interesse generale di effettuare un controllo pubblico ed essendo un fattore indispensabile nel processo di formazione dell'opinione pubblica. I servizi di media sono sempre più accessibili online e a livello transfrontaliero ma non sono soggetti alle stesse norme e non godono dello stesso livello di protezione nei diversi Stati membri. Sebbene alcune questioni relative al settore dei media audiovisivi siano state armonizzate a livello dell'Unione mediante la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁴⁾, l'ambito di applicazione e le materie disciplinate da tale direttiva sono limitati. Inoltre, i settori della radio e della stampa non sono contemplati da tale direttiva, nonostante la loro crescente rilevanza transfrontaliera nel mercato interno.
- (2) Considerato il ruolo unico dei servizi di media, tutelare la libertà e il pluralismo dei media quali due dei pilastri principali della democrazia e dello Stato di diritto costituisce un aspetto essenziale per il buon funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Tale mercato, comprendente i servizi di media audiovisivi, la radio e la stampa, è profondamente mutato dall'inizio del XXI secolo, diventando sempre più digitale e internazionale. Esso offre numerose opportunità economiche ma deve anche affrontare numerose sfide. Occorre che l'Unione sostenga il settore dei media affinché possa 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 e servizi di media, che sono immediatamente accessibili sui loro dispositivi personali, in un contesto sempre più transfrontaliero. Ciò vale per i media audiovisivi, la radio e la stampa, che sono facilmente accessibili attraverso Internet, ad esempio tramite podcast o portali di notizie online. La disponibilità di contenuti in diverse lingue e la facilità di accesso attraverso dispositivi intelligenti, quali smartphone o tablet, aumentano la rilevanza transfrontaliera dei servizi di media, già accertata da una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea ⁽⁵⁾ («Corte di giustizia»). Tale rilevanza è sostenuta dal crescente utilizzo e dalla crescente accettazione di strumenti di traduzione o sottotitolazione automatica, che riducono le barriere linguistiche nel mercato interno, e dalla convergenza dei diversi tipi di media, che consente di combinare contenuti audiovisivi e non audiovisivi nella stessa offerta.

⁽¹⁾ GU C 100 del 16.3.2023, pag. 111.

⁽²⁾ GU C 188 del 30.5.2023, pag. 79.

⁽³⁾ Posizione del Parlamento europeo del 13 marzo 2024 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale) e decisione del Consiglio del 26 marzo 2024.

⁽⁴⁾ 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).

⁽⁵⁾ Sentenza della Corte di giustizia del 12 dicembre 2006, *Germania/Parlamento e Consiglio*, C-380/03, ECLI:EU:C:2006:772, punti 53 e 54.

- (4) Il mercato interno dei servizi di media però non è sufficientemente integrato ed è soggetto a una serie di fallimenti del mercato sempre più numerosi a causa della digitalizzazione. In primo luogo, le piattaforme online globali fungono da punti di accesso ai contenuti mediatici, con determinati modelli commerciali che tendono a basarsi sulla disintermediazione dell'accesso ai servizi di media e ad amplificare la polarizzazione dei contenuti e la disinformazione. Al contempo, tali piattaforme sono fornitori fondamentali di pubblicità online, il che ha distolto 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, soddisfare le esigenze del loro pubblico e prosperare nel mercato interno. A tale fine, la possibilità di offrire servizi a livello transfrontaliero e ricevere investimenti da o in altri Stati membri è particolarmente importante. In secondo luogo, alcune restrizioni nazionali limitano la libertà di circolazione nel mercato interno. In particolare, la presenza di norme e approcci nazionali diversi in merito al pluralismo dei media e all'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 economiche 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. In terzo luogo, il buon funzionamento del mercato interno dei servizi di media è compromesso da fornitori, compresi quelli controllati da determinati paesi terzi, che si dedicano in modo sistematico ad attività di disinformazione, o manipolazione delle informazioni e ingerenze, e sfruttano le libertà del mercato interno a fini abusivi, ostacolando in tal modo il corretto funzionamento delle dinamiche di mercato.
- (5) La frammentazione delle norme e degli approcci che caratterizza il mercato dei media nell'Unione incide negativamente, in varia misura, sulle condizioni di esercizio delle attività economiche nel mercato interno da parte dei fornitori di servizi di media in diversi settori, compresi quelli degli audiovisivi, della radio e della stampa, e compromette la loro capacità di operare in modo efficiente a livello transfrontaliero o di stabilire attività in altri Stati membri. Le misure e le procedure nazionali potrebbero favorire il pluralismo dei media in uno Stato membro, ma la divergenza e la mancanza di coordinamento tra le misure e le procedure nazionali degli Stati membri potrebbero comportare incertezza giuridica e costi aggiuntivi per le imprese del settore dei media che intendono accedere a nuovi mercati e potrebbero pertanto impedire loro di trarre vantaggio dalla portata del mercato interno dei servizi di media. Inoltre, le misure nazionali discriminatorie o protezionistiche che incidono sulle attività delle imprese del settore dei media disincentivano gli investimenti transfrontalieri in tale settore e, in alcuni casi, potrebbero costringere le imprese del settore già operative in un determinato mercato a uscirne. Tali ostacoli colpiscono le imprese attive sia nel settore della radiodiffusione, compresi i media audiovisivi e la radio, sia in quello della stampa. Sebbene riguardi tutti i settori dei media, la frammentazione delle garanzie di indipendenza editoriale incide in modo particolare sul settore della stampa poiché gli approcci nazionali di regolamentazione o autoregolamentazione differiscono maggiormente in relazione alla stampa.
- (6) Il mercato interno dei servizi di media potrebbe anche essere influenzato da strumenti insufficienti per la cooperazione normativa tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione. Tale cooperazione è fondamentale per garantire che gli operatori del mercato dei media, spesso attivi in diversi settori dei media, che si dedicano in modo sistematico ad attività di disinformazione o manipolazione delle informazioni e ingerenze da parte di attori stranieri, non traggano vantaggio dalla portata del mercato interno dei servizi di media. Inoltre, sebbene un'allocazione distorta delle risorse economiche, in particolare sotto forma di pubblicità statale, sia utilizzata per sovvenzionare in modo occulto i mezzi di informazione in tutti i settori dei media, essa tende ad avere un impatto particolarmente negativo sulla stampa, che è stata indebolita dalla diminuzione dei proventi della pubblicità. Le sfide derivanti dalla trasformazione digitale riducono la capacità delle imprese di tutti i settori dei media, in particolare di quelle di dimensioni minori nel settore della radio e della stampa, di competere in condizioni di parità con le piattaforme online, che svolgono un ruolo fondamentale nella distribuzione online dei contenuti.
- (7) 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. Ciò rischia di aggravare le divergenze tra gli approcci e le limitazioni alla libera circolazione nel mercato interno a livello nazionale. È pertanto necessario armonizzare alcuni aspetti delle norme nazionali relativi al pluralismo dei media e all'indipendenza editoriale, garantendo in tal modo standard elevati in tale settore.
- (8) I destinatari dei servizi di media all'interno dell'Unione, vale a dire le 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 dei contenuti mediatici pluralistici prodotti nel rispetto della libertà editoriale nel mercato interno. Ciò è fondamentale per promuovere il dibattito pubblico e la partecipazione civica, in quanto un'ampia gamma di fonti affidabili di informazione e di giornalismo di qualità consente ai cittadini di compiere scelte informate, anche in merito allo stato delle loro democrazie. È inoltre essenziale per la diversità culturale e linguistica dell'Unione, dato il ruolo dei servizi di media quali vettori di espressione culturale. Gli Stati membri dovrebbero rispettare il diritto a una pluralità di contenuti mediatici e contribuire a un ambiente mediatico

favorevole garantendo che siano predisposte le pertinenti condizioni quadro. Tale approccio riflette il diritto di ricevere o di comunicare informazioni e l'obbligo di rispettare la libertà e il pluralismo dei media ai sensi dell'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea («Carta»), in combinato disposto con l'articolo 22 della Carta, che impone all'Unione di rispettare la diversità culturale, religiosa e linguistica. Inoltre, nel promuovere i flussi transfrontalieri di servizi di media è opportuno garantire nel mercato interno un livello minimo di tutela dei destinatari dei servizi di media. Secondo la relazione finale della Conferenza sul futuro dell'Europa, i cittadini hanno chiesto all'Unione 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'Unione. È pertanto necessario armonizzare alcuni aspetti delle norme nazionali relative ai servizi di media, tenendo conto anche dell'articolo 167 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE), che ribadisce l'importanza di rispettare la diversità nazionale e regionale degli Stati membri. Tuttavia, gli Stati membri dovrebbero avere la possibilità di adottare norme più dettagliate o più rigorose in ambiti specifici, a condizione che tali norme garantiscano un livello più elevato di protezione del pluralismo dei media o dell'indipendenza editoriale, in conformità del presente regolamento, e siano conformi al diritto dell'Unione, e che gli Stati membri non limitino la libera circolazione dei servizi di media da altri Stati membri che rispettano le norme stabilite in tali settori. Gli Stati membri dovrebbero inoltre continuare ad avere la possibilità di mantenere o adottare misure volte a preservare il pluralismo dei media o l'indipendenza editoriale a livello nazionale per quanto riguarda aspetti non contemplati dal presente regolamento, purché tali misure siano conformi al diritto dell'Unione, compreso il regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽⁶⁾. È inoltre opportuno ricordare che il presente regolamento rispetta le responsabilità degli Stati membri di cui all'articolo 4, paragrafo 2, del trattato sull'Unione europea (TUE), in particolare le loro competenze di salvaguardia delle funzioni essenziali dello Stato.

- (9) Ai fini del presente regolamento, la definizione di servizi di media dovrebbe limitarsi ai servizi definiti dal TFUE e dovrebbe pertanto inglobare tutte le forme di attività economica. 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 o le pubblicazioni di carattere giornalistico. Ciò 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, e tutti i servizi il cui scopo principale non sia la fornitura di programmi 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 servizio forniti da siti web che non offrono servizi di media. La comunicazione aziendale e la distribuzione di materiale informativo o promozionale a entità pubbliche o private dovrebbero essere escluse dall'ambito della definizione. Inoltre, poiché l'attività dei fornitori di servizi di media nel mercato interno può assumere forme diverse, la definizione di fornitore di servizi di media dovrebbe coprire un'ampia gamma di operatori professionali dei media che rientrano nell'ambito della definizione di servizi di media, compresi i liberi professionisti.
- (10) I fornitori di media di servizio pubblico dovrebbero essere intesi come i fornitori cui è stata affidata una missione di servizio pubblico e che ricevono finanziamenti pubblici per il suo adempimento. Non dovrebbero essere incluse le imprese private del settore dei media che hanno accettato di svolgere, in quanto parte limitata delle loro attività, determinati compiti specifici di interesse generale dietro pagamento.
- (11) Nel mercato digitale dei media, i fornitori di piattaforme per la condivisione di video o i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi potrebbero 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 i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi hanno cominciato a esercitare un controllo editoriale su una o più sezioni dei loro servizi. Quando esercitano il controllo editoriale su una o più sezioni dei loro servizi, tali fornitori potrebbero quindi essere definiti sia come fornitori di piattaforme per la condivisione di video o come fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi sia come fornitori di servizi di media.
- (12) 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, comprese le piattaforme online, che misurano la propria audience o forniscono al mercato i loro sistemi di misurazione dell'audience proprietari senza conformarsi alle norme o alle migliori pratiche settoriali comunemente riconosciute. Dato l'impatto significativo che hanno sui mercati della pubblicità

⁽⁶⁾ Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali) (GU L 277 del 27.10.2022, pag. 1).

e dei media, tali sistemi di misurazione dell'audience dovrebbero essere disciplinati dal presente regolamento. In particolare, la capacità di fornire accesso a contenuti mediatici e la capacità di indirizzare pubblicità ai loro utenti consentono alle piattaforme online di competere con i fornitori di servizi di media di cui distribuiscono i contenuti. Pertanto, la definizione di misurazione dell'audience dovrebbe essere intesa come comprendente anche i sistemi di misurazione che consentono la raccolta, l'interpretazione o un altro trattamento di informazioni sull'uso dei contenuti mediatici e dei contenuti creati dagli utenti sulle piattaforme online che sono utilizzate principalmente per accedere a tali contenuti. Ciò garantirebbe che i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience che sono intermediari coinvolti nella distribuzione dei contenuti siano trasparenti in merito alle loro attività di misurazione dell'audience, promuovendo la capacità dei fornitori di servizi di media e degli operatori pubblicitari di compiere scelte informate.

- (13) La pubblicità statale quale definita nel presente regolamento dovrebbe essere intesa in senso ampio in modo da comprendere attività promozionali o di autopromozione, annunci pubblici o campagne di informazione, svolte da, a favore o per conto di un'ampia gamma di autorità pubbliche o enti pubblici, inclusi governi nazionali o subnazionali, autorità o organismi di regolamentazione ed enti controllati da governi nazionali o subnazionali. Tale controllo può derivare da diritti, contratti o qualsiasi altro mezzo che conferisca la possibilità di esercitare un'influenza determinante su un'entità. In particolare, la proprietà del capitale o il diritto di utilizzare, in tutto o in parte, il patrimonio di un'entità, i diritti o i contratti che conferiscono un'influenza determinante sulla composizione, sulle votazioni o sulle decisioni degli organi di un'entità sono fattori pertinenti, come stabilito all'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio (⁷). La definizione di pubblicità statale non dovrebbe tuttavia includere gli annunci ufficiali giustificati da un motivo imperativo di interesse generale, quali i messaggi di emergenza diramati da autorità o enti pubblici necessari, ad esempio, in caso di calamità naturali o crisi sanitarie, incidenti o altri eventi improvvisi che possano arrecare danno a persone. Una volta terminata la situazione di emergenza, gli annunci relativi a tale emergenza che sono inseriti, promossi, pubblicati o diffusi dietro pagamento o altro corrispettivo, dovrebbero essere considerati pubblicità statale.
- (14) Affinché la società goda dei benefici del mercato interno dei servizi di media è fondamentale garantire non solo le libertà fondamentali sancite dai trattati, ma anche la certezza giuridica necessaria per beneficiare dei vantaggi di un mercato integrato e sviluppato. In un mercato interno ben funzionante, i destinatari dei servizi di media dovrebbero poter accedere, a servizi di media di qualità prodotti da giornalisti in modo indipendente e in linea con gli standard giornalistici ed etici, e che pertanto forniscono informazioni affidabili. Tale aspetto è particolarmente importante per le notizie e i contenuti di attualità, che comprendono un'ampia gamma di contenuti di interesse politico, sociale o culturale a livello locale, nazionale o internazionale. Le notizie e i contenuti di attualità possono svolgere un ruolo importante nel plasmare l'opinione pubblica e hanno un impatto diretto sulla partecipazione democratica e sul benessere della società. In tale contesto, le notizie e i contenuti di attualità dovrebbero essere intesi come comprendenti qualsiasi tipo di notizie e contenuti di attualità, indipendentemente dalla loro forma. Notizie e contenuti di attualità possono raggiungere il pubblico in formati diversi, quali documentari, riviste o talk-show, e possono essere diffusi in modi diversi, anche caricandoli su piattaforme online. I servizi di media di qualità costituiscono anche un antidoto alla disinformazione e alla manipolazione delle informazioni e alle ingerenze da parte di attori stranieri. L'accesso a tali servizi dovrebbe essere garantito anche prevenendo i tentativi di mettere a tacere i giornalisti, che vanno da minacce e molestie alla censura e alla soppressione delle opinioni dissenzianti, il che potrebbe limitare la libera circolazione delle informazioni nella sfera pubblica riducendo la qualità e la pluralità delle informazioni. Dal diritto a una pluralità di contenuti dei media non deriva alcun obbligo corrispondente per i fornitori di servizi di media di rispettare norme che non siano esplicitamente stabilite per legge.
- (15) Il presente regolamento non pregiudica la libertà di espressione e di informazione 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 dei media effettivo (⁸).
- (16) 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 limitazione contraria al presente regolamento o ad altre norme del diritto dell'Unione, come la direttiva 2010/13/UE, che prevede misure necessarie per tutelare gli utenti da contenuti illegali e nocivi. Le limitazioni potrebbero derivare altresì da misure applicate da autorità pubbliche nazionali nel rispetto del diritto dell'Unione.
- (17) 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 in un ambiente mediatico sicuro. L'indipendenza editoriale è particolarmente importante per i fornitori di servizi di media che forniscono notizie e contenuti di attualità in

(⁷) 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).

(⁸) Centro Europa 7 S.R.L. e Di Stefano/Italia, n. 38433/09, punto 134, CEDU 2012.

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.

- (18) Gli Stati membri hanno adottato approcci differenti alla tutela della libertà e 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 potrebbero 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 la libertà editoriale di espressione e i diritti all'informazione degli utenti, dall'altra, per perseguire vantaggi economici o di altro tipo. Dato il ruolo sociale dei media, tale indebita ingerenza potrebbe incidere negativamente sul processo di formazione dell'opinione pubblica. 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 per garantire l'indipendenza editoriale 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 di media possano ricevere tali contenuti.
- (19) 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. Le fonti equivalgono a «materie prime» per i giornalisti: costituiscono la base per la produzione di contenuti mediatici, in particolare notizie e contenuti di attualità. È pertanto fondamentale tutelare la capacità dei giornalisti di raccogliere, verificare e analizzare le informazioni, in particolare quelle trasmesse o comunicate in via confidenziale, sia offline che online, che riguardano le fonti giornalistiche o ne possono consentire l'identificazione. I fornitori di servizi di media e il relativo personale editoriale, in particolare i giornalisti, inclusi coloro che sono impiegati in forme di lavoro atipiche, come i free lance, dovrebbero poter fare affidamento su una solida protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate, inclusa la protezione rispetto a indebite ingerenze e all'utilizzo di tecnologie di sorveglianza. In assenza di tale protezione, il libero flusso di fonti verso i fornitori di servizi di media potrebbe essere scoraggiato e, pertanto, il libero esercizio dell'attività economica da parte dei fornitori di servizi di media potrebbe essere ostacolato, anche a scapito della fornitura di informazioni al pubblico, anche su argomenti di interesse generale. 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 da tali ostacoli, con ripercussioni negative per quanto riguarda l'accesso a servizi di media di qualità.
- (20) Al fine di evitare l'elusione della protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate e garantire un adeguato rispetto della vita privata e familiare, del domicilio e della comunicazione conformemente alla Carta, le garanzie dovrebbero applicarsi anche alle persone che, a causa del loro regolare rapporto privato o professionale con i fornitori di servizi di media o i membri del relativo personale editoriale, potrebbero presumibilmente disporre di informazioni che potrebbero consentire l'identificazione di fonti giornalistiche o comunicazioni riservate. Dovrebbero essere incluse le persone che hanno una stretta relazione e vivono nello stesso nucleo familiare su base stabile e continuativa e le persone che sono o sono state professionalmente coinvolte nella preparazione, produzione o diffusione di programmi o pubblicazioni di carattere giornalistico, e che sono prese di mira solo a causa dei loro stretti legami con i fornitori di servizi di media, i giornalisti o altri membri del personale editoriale. La protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate dovrebbe andare a vantaggio anche del personale dei fornitori di servizi di media, ad esempio il personale tecnico, compresi gli esperti di cibersicurezza, che potrebbe essere preso di mira dato l'importante ruolo di sostegno fornito ai giornalisti nel loro lavoro quotidiano, che richiede soluzioni per garantire la riservatezza del lavoro dei giornalisti, e da cui consegue la probabilità che tale personale abbia accesso a informazioni riguardanti fonti giornalistiche o comunicazioni riservate.
- (21) La protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate è coerente con la tutela dei diritti fondamentali sanciti dall'articolo 11 della Carta e vi contribuisce. È inoltre fondamentale per salvaguardare il ruolo di «controllo pubblico» dei fornitori di servizi di media, in particolare dei giornalisti investigativi, nelle società democratiche, e per difendere lo Stato di diritto. Alla luce di ciò, garantire un livello adeguato di protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate richiede che le misure per l'ottenimento di tali informazioni siano autorizzate da un'autorità che possa valutare in modo indipendente e imparziale se ciò sia giustificato da un motivo imperativo di interesse generale, come un organo giurisdizionale, un giudice, un pubblico ministero nell'esercizio di funzioni giurisdizionali, o un'altra autorità di questo tipo competente ad autorizzare tali misure conformemente al diritto nazionale. Richiede inoltre che le misure di sorveglianza siano soggette a un riesame periodico da parte di tale

autorità per accertare se le condizioni che giustificano il ricorso alla misura in questione continuano ad essere soddisfatte. Tale requisito è soddisfatto anche quando lo scopo del riesame periodico è verificare se sono soddisfatte le condizioni che giustificano una proroga dell'autorizzazione per il ricorso alla misura.

- (22) È altresì opportuno ricordare che, in linea con la giurisprudenza consolidata della Corte europea dei diritti dell'uomo, il diritto a una tutela giurisdizionale effettiva presuppone, in linea di principio, un'informazione tempestiva, senza compromettere l'efficacia delle indagini in corso, delle misure di sorveglianza adottate all'insaputa della persona interessata al fine di esercitare efficacemente tale diritto. Al fine di rafforzare ulteriormente tale diritto, è importante che i fornitori di servizi di media, i giornalisti e le persone che hanno un rapporto regolare o professionale con loro possano contare su un'assistenza adeguata nell'esercizio di tale diritto. Tale assistenza potrebbe essere di natura giuridica, finanziaria o di altro tipo, ad esempio la fornitura di informazioni sui mezzi di ricorso disponibili. Tale assistenza potrebbe essere effettivamente fornita, ad esempio, da un'autorità o da un organismo indipendente o, in mancanza di tale autorità o organismo, da un organismo o da un meccanismo di autoregolamentazione. Lo scopo del presente regolamento non è armonizzare i concetti di «fermo», «ispezione», «perquisizione e sequestro» o «sorveglianza».
- (23) La protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate è attualmente regolamentata in modo eterogeneo negli Stati membri. Alcuni di essi prevedono una protezione assoluta dalle coercizioni nei confronti dei giornalisti a divulgare nei procedimenti penali e amministrativi informazioni circa l'identità della loro fonte, comprese le comunicazioni soggette a un impegno di riservatezza. Altri Stati membri prevedono una protezione qualificata limitata ai procedimenti giudiziari basati su determinate accuse di natura penale, mentre altri prevedono una protezione che assume la forma di principio generale. Ciò dà luogo a una frammentazione nel mercato interno dei servizi di media e a livelli disomogenei di protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate in tutta l'Unione. Il presente regolamento introduce pertanto norme minime comuni di protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate per quanto riguarda le misure coercitive utilizzate dagli Stati membri per ottenere tali informazioni. Al fine di garantire l'efficace protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate, gli Stati membri non dovrebbero adottare tali misure, compreso il ricorso a software di sorveglianza intrusiva, in relazione ai fornitori di servizi di media, al relativo personale editoriale o a qualsiasi persona che, in virtù del suo rapporto regolare o professionale con un fornitore di servizi di media o con il relativo personale editoriale, possa disporre di informazioni concernenti fonti giornalistiche, o in grado di consentirne l'identificazione, o concernenti comunicazioni riservate.
- (24) I professionisti dei media, in particolare i giornalisti e altri professionisti dei media coinvolti in attività editoriali, lavorano sempre più su progetti di natura transfrontaliera e forniscono i loro servizi a un pubblico e, per estensione, a fornitori di servizi di media transfrontalieri. Di conseguenza, i fornitori di servizi di media possono andare incontro a ostacoli, incertezza giuridica e disparità di condizioni di concorrenza. La protezione delle fonti giornalistiche e delle comunicazioni riservate richiede pertanto di essere armonizzata e ulteriormente rafforzata a livello di Unione. Ciò non dovrebbe pregiudicare una protezione ulteriore o assoluta a livello nazionale.
- (25) I software di sorveglianza intrusiva, compreso in particolare quello che viene comunemente definito «spyware», rappresentano una forma particolarmente invasiva di sorveglianza nei confronti dei professionisti dei media e delle loro fonti. Possono essere utilizzati per registrare segretamente le chiamate o utilizzare in altro modo il microfono di un dispositivo dell'utente finale, filmare o fotografare persone fisiche, macchinari o i loro dintorni, copiare messaggi, accedere a dati criptati relativi al contenuto, tracciare l'attività di navigazione, tracciare la geolocalizzazione, raccogliere altri dati di sensori o tracciare le attività su più dispositivi dell'utente finale. Hanno effetti dissuasivi sul libero esercizio delle attività economiche nel settore dei media. Mettono a repentaglio, in particolare, il rapporto di fiducia dei giornalisti con le loro fonti, che è il fulcro della professione giornalistica. Data la natura digitale e intrusiva di tale software e l'uso transfrontaliero di dispositivi, detti software hanno un impatto particolarmente negativo sull'esercizio delle attività economiche dei fornitori di servizi di media nel mercato interno. È pertanto necessario garantire che i fornitori di servizi di media, compresi i giornalisti, che operano nel mercato interno dei servizi di media possano fare affidamento su una solida protezione armonizzata in relazione all'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva nell'Unione, anche quando le autorità di uno Stato membro fanno ricorso a parti private per utilizzarlo.
- (26) Il software di sorveglianza intrusiva dovrebbe essere utilizzato solo se è giustificato da un motivo imperativo di interesse generale, se è previsto dal diritto dell'Unione o nazionale, se è conforme all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta, quale interpretato dalla Corte di giustizia e da altre norme dell'Unione, se è stato autorizzato ex ante o, in casi eccezionali e urgenti, è stato successivamente confermato da un'autorità giudiziaria o da un'autorità decisionale indipendente e imparziale, se avviene nell'ambito di indagini sui reati elencati all'articolo 2, paragrafo 2, della decisione quadro 2002/584/GAI del Consiglio⁽⁹⁾, punibili nello Stato membro interessato con una pena o una

⁽⁹⁾ 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).

misura di sicurezza privative della libertà della durata massima di almeno tre anni o di indagini su altri reati gravi punibili nello Stato membro interessato con una pena o una misura di sicurezza privative della libertà personale della durata massima di almeno cinque anni, secondo quanto stabilito dal diritto nazionale di tale Stato membro, e a condizione che nessun'altra misura meno restrittiva sia adeguata e sufficiente per ottenere le informazioni ricercate. In virtù del principio di proporzionalità, possono essere apportate limitazioni ai diritti e alle libertà delle persone solo laddove siano necessarie e rispondano effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione. Pertanto, per quanto riguarda in modo specifico l'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva, occorre verificare se il reato di cui trattasi raggiunga la soglia di gravità stabilita nel presente regolamento, se, a seguito di una valutazione individuale di tutte le circostanze pertinenti nella fattispecie, l'indagine e il perseguimento di tale reato meritino l'ingerenza particolarmente invasiva nei diritti fondamentali e nelle libertà economiche consistente nell'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva, se vi siano prove sufficienti della commissione del reato in questione, e se l'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva sia pertinente ai fini dell'accertamento dei fatti relativi all'indagine e al perseguimento di tale reato.

- (27) I fornitori di media di servizio pubblico svolgono un ruolo particolare nel mercato interno dei servizi di media in quanto, nell'ambito della loro missione, quale definita a livello nazionale, in linea con il protocollo 29 sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri allegato al TUE e al TFUE, garantiscono ai cittadini e alle imprese accesso a un'offerta di contenuti diversificata, comprese informazioni di qualità e una copertura mediatica imparziale ed equilibrata. Svolgono un ruolo importante nel difendere il diritto fondamentale alla libertà di espressione e di informazione, consentendo alle persone di cercare e ricevere informazioni diversificate e promuovendo i valori della democrazia, della diversità culturale e della coesione sociale. Costituiscono un forum di discussione pubblica e un mezzo per promuovere una più ampia partecipazione democratica dei cittadini. L'indipendenza dei fornitori di media di servizio pubblico è fondamentale durante i periodi elettorali per garantire che i cittadini abbiano accesso a informazioni imparziali di qualità. Tuttavia i fornitori di 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. Tale rischio è aggravato dalla disparità delle garanzie relative all'equilibrio della copertura mediatica da parte di una governance indipendente dei fornitori di media di servizio pubblico nell'Unione. Sia la comunicazione della Commissione del 13 luglio 2022 dal titolo «Relazione sullo Stato di diritto 2022» che l'Osservatorio del pluralismo dei media 2022 del Centro per il pluralismo e la libertà dei media confermano la frammentazione di tali garanzie e sottolineano i rischi derivanti da finanziamenti inadeguati. Come dimostrato dall'Osservatorio europeo dell'audiovisivo nella sua relazione del 2022 dal titolo «Governance e indipendenza dei media di servizio pubblico», le garanzie per il funzionamento indipendente dei fornitori di media di servizio pubblico variano all'interno dell'Unione, con differenze in termini di portata e livello di dettaglio negli approcci nazionali.
- (28) I quadri giuridici volti a garantire l'equilibrio della copertura mediatica da parte dei fornitori di media di servizio pubblico variano all'interno dell'Unione. Inoltre, le norme variano all'interno dell'Unione per quanto riguarda la nomina e il licenziamento dei dirigenti dei media di servizio pubblico. Ad esempio, se da un lato la maggior parte degli ordinamenti giuridici nazionali prevede diversi motivi di licenziamento, altri non dispongono di norme specifiche. Laddove esistano, in alcuni casi le norme sono insufficienti o non sono efficaci nella pratica. Vi sono anche casi di riforme legislative negli Stati membri che hanno aumentato il controllo governativo sui media di servizio pubblico, anche per quanto riguarda la nomina dei direttori o dei membri del consiglio di amministrazione di tali media. Anche gli approcci per garantire l'adeguatezza e la prevedibilità dei finanziamenti per i fornitori di media di servizio pubblico divergono da uno Stato membro all'altro. Laddove le garanzie siano inesistenti o insufficienti, sussiste il rischio di ingerenze politiche nella linea editoriale o nella governance dei media di servizio pubblico. L'assenza di garanzie di indipendenza dei fornitori di servizi di media o la loro insufficienza potrebbe anche determinare una mancanza di stabilità dei finanziamenti, esponendo così i fornitori di media di servizio pubblico al rischio di controllo politico o di ulteriore controllo politico. Ciò potrebbe portare a casi di informazioni parziali o di copertura mediatica distorta da parte dei fornitori di media di servizio pubblico, a casi di ingerenza da parte del governo nella nomina o nel licenziamento dei relativi dirigenti o ad adeguamenti arbitrari o al finanziamento instabile di tali fornitori di media di servizio pubblico. Tutti questi fattori incidono negativamente sull'accesso a servizi di media indipendenti e imparziali, ripercuotendosi in tal modo sul diritto alla libertà di espressione sancito dall'articolo 11 della Carta, e potrebbero portare a distorsioni della concorrenza nel mercato interno dei servizi di media, compresi i fornitori di servizi di media stabiliti in altri Stati membri.
- (29) Negli ambienti mediatici nazionali caratterizzati dalla coesistenza di fornitori di servizi di media pubblici e privati, i fornitori di media di servizio pubblico contribuiscono alla promozione del pluralismo dei media e favoriscono la concorrenza nel settore dei media, producendo un'ampia gamma di contenuti che rispondono a vari interessi, prospettive e profili demografici e offrendo punti di vista e opzioni di programmazione alternativi, il che fornisce un'offerta ricca e unica. I fornitori di media di servizio pubblico competono per il pubblico e, se del caso, per le

risorse pubblicitarie con le imprese private del settore dei media e le piattaforme online, comprese quelle stabilite in altri Stati membri. Ciò riguarda le emittenti commerciali, nei settori degli audiovisivi e della radio, e gli editori, ed è particolarmente vero nell'attuale ambiente digitale dei media, in cui tutti i media si espandono nella sfera online e forniscono sempre più i propri servizi a livello transfrontaliero. Quando funziona bene, tale mercato dei media duplice e competitivo, tipico di ampie parti dell'Unione, garantisce una fornitura diversificata e di qualità di servizi di media in tutti i settori. Tuttavia, se i finanziamenti pubblici non contribuiscono all'adempimento della missione a beneficio di tutti gli utenti, ma al contrario sono al servizio di opinioni di parte, a causa di ingerenze politiche nella governance o nella linea editoriale, ciò potrebbe incidere sulle condizioni degli scambi e sulla concorrenza nell'Unione in misura contraria all'interesse comune. Il Tribunale ha confermato che il finanziamento da parte dello Stato del sistema della radiodiffusione pubblica può essere dichiarato conforme alle disposizioni del TFUE sugli aiuti di Stato solo se le esigenze qualitative espresse nel mandato di servizio pubblico sono rispettate ⁽¹⁰⁾.

- (30) Sebbene i rischi di ciò che viene comunemente definito cattura dei media («media capture») riguardino l'intero mercato dei servizi di media, i fornitori di media di servizio pubblico sono particolarmente esposti a tale rischio, data la loro vicinanza allo Stato. Garanzie divergenti o insufficienti per il funzionamento indipendente dei fornitori di media di servizio pubblico potrebbero impedire ai fornitori di servizi di media di altri Stati membri di operare in un determinato mercato dei media o di entrarvi oppure disincentivarli in tal senso. Mentre le imprese indipendenti del settore dei media investono le proprie risorse in un'informazione di alta qualità conforme agli standard giornalistici, alcuni fornitori di media di servizio pubblico «catturati» che non rispettano tali standard potrebbero fornire informazioni non equilibrate, ricevendo nel contempo sovvenzioni dallo Stato. Il vantaggio competitivo che i media indipendenti possono ottenere attraverso un'informazione indipendente potrebbe essere ridotto, in quanto i fornitori di media di servizio pubblico catturati potrebbero conservare indebitamente la loro posizione di mercato. I mercati dei media politicizzati possono incidere sui mercati pubblicitari nel loro complesso, in quanto le imprese, oltre a ideare campagne pubblicitarie efficaci, devono tenere conto dell'aspetto politico. Se i fornitori di media di servizio pubblico, generalmente considerati fonti di informazione affidabili, forniscono, in quanto catturati, una copertura distorta sulla situazione politica o economica o su specifici attori economici, ciò potrebbe anche ridurre la capacità delle imprese di informarsi adeguatamente sulla situazione economica in un dato mercato e quindi di prendere decisioni aziendali informate. Tale cattura potrebbe pertanto avere un impatto negativo sul funzionamento del mercato interno. Infine, a causa dell'informazione distorta da parte di taluni fornitori di media di servizio pubblico catturati in alcuni Stati membri, i cittadini potrebbero indirizzarsi verso fonti di informazione alternative, in particolare quelle disponibili sulle piattaforme online, il che potrebbe minare ulteriormente la parità di condizioni nel mercato interno.
- (31) Fatte salve le leggi costituzionali nazionali coerenti con la Carta, è pertanto necessario che gli Stati membri, sulla base delle norme internazionali elaborate a tale riguardo dal Consiglio d'Europa, istituiscano garanzie giuridiche efficaci per il funzionamento indipendente dei fornitori di media di servizio pubblico in tutta l'Unione, senza che siano influenzati da interessi governativi, politici, economici o privati. Tali garanzie dovrebbero includere principi adeguati al modo in cui gli Stati membri organizzano i loro media di servizio pubblico, come quelli che esistono nei quadri giuridici nazionali in materia di diritto amministrativo o societario, applicabili alle società private quotate, per quanto riguarda la nomina e il licenziamento delle persone o degli organismi che contribuiscono alla definizione delle politiche editoriali o che costituiscono la più alta autorità decisionale a tale riguardo in seno ai fornitori di media di servizio pubblico. Tali principi dovrebbero essere stabiliti a livello nazionale. È altresì necessario provvedere a che, fatta salva l'applicazione della normativa dell'Unione in materia di aiuti di Stato, i fornitori di media di servizio pubblico usufruiscano di procedure di finanziamento trasparenti e obiettive, che garantiscano risorse finanziarie adeguate e stabili per l'adempimento della loro missione di servizio pubblico, assicurino loro la prevedibilità dei processi di pianificazione e consentano loro di svilupparsi nell'ambito della loro missione di servizio pubblico. 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, al fine di evitare il rischio di eventuali ingerenze indebite derivanti da negoziati di bilancio annuali. Il presente regolamento non incide sulla competenza degli Stati membri di provvedere al finanziamento dei fornitori di media di servizio pubblico come sancito dal protocollo n. 29.
- (32) È fondamentale che i destinatari dei servizi di media sappiano con certezza chi sta dietro ai media e chi li possiede, in modo da poter individuare e comprendere i potenziali conflitti di interesse. Ciò 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 disincentivare e quindi limitare il rischio di ingerenze nell'indipendenza editoriale. Contribuisce inoltre a un contesto di mercato aperto ed equo e rafforza la responsabilità dei media nei confronti dei destinatari dei servizi di media, contribuendo in ultima analisi alla qualità dei servizi di media nel mercato interno. È pertanto necessario introdurre prescrizioni comuni in materia di informazione per i fornitori di servizi di media in tutta l'Unione. Tali prescrizioni dovrebbero includere obblighi

⁽¹⁰⁾ Sentenza del Tribunale del 26 giugno 2008, *SIC/Commissione*, T-442/03, ECLI:EU:T:2008:228, punto 211.

proporzionati e mirati per i fornitori di servizi di media di divulgare informazioni pertinenti sugli assetti proprietari e sugli introiti pubblicitari provenienti da autorità pubbliche o enti pubblici. Tali informazioni sono necessarie affinché i destinatari dei servizi di media comprendano i potenziali conflitti di interesse e siano in grado di informarsi in merito, anche laddove i proprietari dei media siano politicamente esposti, quale condizione preliminare per poter valutare l'affidabilità delle informazioni che ricevono. Tale risultato può essere conseguito solo se i destinatari dei servizi di media dispongono in modo facilmente fruibile di informazioni aggiornate sulla proprietà dei media, in particolare quando visualizzano, ascoltano o leggono contenuti mediatici, in modo da poter collocare i contenuti nel giusto contesto e avere la giusta impressione in merito. La divulgazione di informazioni mirate sulla proprietà dei media produrrebbe pertanto vantaggi chiaramente superiori a qualsiasi possibile impatto dell'obbligo di comunicazione sui diritti fondamentali, compreso il diritto alla vita privata e familiare e il diritto alla protezione dei dati personali. In tale contesto, le misure adottate dagli Stati membri ai sensi dell'articolo 30, paragrafo 9, della direttiva (UE) 2015/849 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹¹⁾ non dovrebbero essere pregiudicate. Le informazioni richieste dovrebbero essere divulgate dai pertinenti fornitori in formato elettronico, ad esempio sui rispettivi siti web o su altri mezzi facilmente e direttamente accessibili.

- (33) Per contribuire ulteriormente a un elevato livello di trasparenza della proprietà dei media, gli Stati membri dovrebbero altresì incaricare le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, o altre autorità e altri organismi competenti, di sviluppare banche dati sulla proprietà dei media. Tali banche dati dovrebbero fungere da sportello unico che consenta ai destinatari dei servizi di media di verificare facilmente le informazioni pertinenti relative a un determinato fornitore di servizi di media. In considerazione delle specificità amministrative nazionali e al fine di ridurre gli oneri amministrativi, gli Stati membri dovrebbero disporre di flessibilità nel decidere quale autorità o organismo sarà incaricato di sviluppare tali banche dati sulla proprietà dei media. Potrebbe trattarsi, ad esempio, di un'autorità o di un organismo nazionale di regolamentazione o di un altro organo amministrativo, che a sua volta potrebbe avvalersi dell'assistenza di un altro organismo con competenze pertinenti per l'adempimento di tale compito.
- (34) Per l'integrità dei media è necessario inoltre un approccio attivo, affinché le imprese del settore dei media che forniscono notizie e contenuti di attualità promuovano l'indipendenza editoriale, in particolare mediante garanzie interne. I fornitori di servizi di media dovrebbero adottare misure proporzionate per garantire la libertà degli editori di prendere decisioni editoriali nell'ambito della linea editoriale di lungo periodo stabilita dal fornitore di servizi di media. L'obiettivo di difendere da ingerenze indebite le decisioni editoriali, segnatamente quelle prese dai caporedattori e dai responsabili editoriali, su contenuti specifici contribuisce a garantire parità di condizioni nel mercato interno dei servizi di media e la qualità di tali servizi. Tali misure dovrebbero mirare a garantire il rispetto degli standard di indipendenza durante l'intero processo editoriale all'interno dei media, anche al fine di salvaguardare l'integrità dei contenuti giornalistici. 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 di media la trasparenza in merito a effettivi o possibili conflitti di interesse.
- (35) I fornitori di servizi di media dovrebbero adottare garanzie interne tese ad assicurare l'indipendenza delle decisioni editoriali adattate alle loro dimensioni, struttura ed esigenze. La raccomandazione (UE) 2022/1634 della Commissione⁽¹²⁾ contiene un catalogo di garanzie interne volontarie che le imprese del settore dei media possono adottare a tale riguardo. Il presente regolamento non dovrebbe essere interpretato in modo da privare i proprietari di fornitori privati di servizi di media della loro prerogativa di fissare obiettivi strategici o generali o di promuovere la crescita e la sostenibilità finanziaria delle loro imprese. A tale proposito il presente regolamento dovrebbe riconoscere che l'obiettivo di promuovere l'indipendenza editoriale dei media deve essere conciliato con i diritti e gli interessi legittimi dei proprietari privati di media, come il diritto di determinare la linea editoriale del fornitore di servizi di media e la composizione delle loro redazioni.
- (36) Autorità o organismi nazionali di regolamentazione indipendenti sono fondamentali per la corretta applicazione della legge sui media in tutta l'Unione. Sebbene spesso non dispongano di competenze relative al settore della stampa, le autorità o gli organismi di regolamentazione nazionali 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 in generale, come prevede il presente regolamento. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dovrebbero disporre delle risorse necessarie per l'espletamento delle loro mansioni in termini di personale, competenze e mezzi finanziari, anche per poter partecipare alle attività del comitato europeo per i servizi

⁽¹¹⁾ 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).

⁽¹²⁾ Raccomandazione (UE) 2022/1634 della Commissione, del 16 settembre 2022, sulle garanzie interne di indipendenza editoriale e la trasparenza della proprietà nel settore dei media (GU L 245 del 22.9.2022, pag. 56).

di media («comitato»). Dovrebbero essere dotate di risorse tecniche, ad esempio strumenti digitali pertinenti. Se del caso, gli Stati membri dovrebbero, nella misura necessaria, aumentare le risorse allocate alle autorità o agli organismi nazionali di regolamentazione tenendo conto delle mansioni aggiuntive loro conferite dal presente regolamento. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dovrebbero inoltre disporre di adeguati poteri, in particolare per richiedere informazioni e dati a qualsiasi persona fisica o giuridica cui si applica il presente regolamento o che, per scopi connessi alla propria attività commerciale, industriale o professionale, possa ragionevolmente essere in possesso delle informazioni e dei dati necessari, nel rispetto dei diritti e degli interessi di tali persone.

- (37) Al fine di garantire l'applicazione coerente del presente regolamento e del diritto dell'Unione in materia di media è necessario istituire il comitato quale organismo consultivo indipendente a livello dell'Unione che riunisca le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione e ne coordini gli interventi. Nello svolgimento delle sue funzioni e nell'esercizio dei suoi poteri, il comitato dovrebbe essere pienamente indipendente, anche da qualsiasi influenza politica o economica, e non dovrebbe sollecitare né accettare istruzioni da alcun governo, istituzione, nazionale, sovranazionale o internazionale, né da persone o organismi pubblici o privati. 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 tale direttiva. 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 sopprimere l'articolo 30 *ter*, che istituisce l'ERGA, e sostituire di conseguenza i riferimenti all'ERGA e alle sue funzioni. La modifica della direttiva 2010/13/UE contenuta nel presente regolamento è giustificata, in quanto si limita a disposizioni che non necessitano di essere recepite dagli Stati membri e che è rivolta alle istituzioni dell'Unione.
- (38) Il comitato dovrebbe riunire alti rappresentanti delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dovrebbero nominare tali rappresentanti. Nei casi in cui uno Stato membro abbia molteplici autorità o organismi nazionali 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. Ai fini delle loro attività in seno al comitato, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione dovrebbero potersi consultare e coordinare con le pertinenti autorità o i pertinenti organismi competenti e, se del caso, con gli organismi di autoregolamentazione dei rispettivi Stati membri. Ciò non dovrebbe impedire ad altre autorità o altri organismi nazionali di regolamentazione di partecipare, se del caso, alle riunioni del comitato. Il comitato dovrebbe altresì avere la possibilità di invitare alle proprie riunioni, all'occorrenza, esperti esterni. D'intesa con la Commissione, dovrebbe inoltre avere la possibilità di designare osservatori permanenti da invitare alle proprie riunioni, tra cui in particolare autorità o organismi nazionali di regolamentazione di paesi candidati o di potenziali candidati, o delegati ad hoc di altre autorità nazionali competenti.
- (39) Data la sensibilità del settore dei media, seguendo la prassi relativa alle decisioni dell'ERGA quali definite nel suo regolamento interno, il comitato dovrebbe adottare le sue decisioni a maggioranza di due terzi dei voti. Il regolamento interno del comitato dovrebbe specificare in particolare il ruolo, i compiti e le procedure di nomina del presidente e del vicepresidente, e le modalità di prevenzione e gestione dei conflitti di interessi dei membri del comitato. Al fine di sostenere il presidente e il vicepresidente, il comitato dovrebbe avere la possibilità di istituire un gruppo direttivo. La composizione del gruppo direttivo dovrebbe tenere conto del principio dell'equilibrio geografico. Il comitato dovrebbe specificare le disposizioni specifiche per tale gruppo nel suo regolamento interno. Il presidente e il vicepresidente dell'ERGA, assistiti dai membri del comitato dell'ERGA, dovrebbero agevolare una transizione ordinata, trasparente ed efficace dall'ERGA al comitato fino all'elezione del presidente e del vicepresidente del comitato.
- (40) Qualora si occupi di questioni che esulano dal settore dei media audiovisivi, il comitato dovrebbe affidarsi a un efficace meccanismo di consultazione che coinvolga i portatori di interessi dei pertinenti settori dei media attivi a livello sia dell'Unione che nazionale, che potrebbero includere consigli della stampa, associazioni di giornalisti, sindacati e associazioni di imprese. Il comitato dovrebbe dare a tali portatori di interessi la possibilità di segnalargli gli sviluppi e le questioni pertinenti per i loro settori. Il meccanismo di consultazione dovrebbe consentire al comitato di raccogliere contributi mirati dai pertinenti portatori di interessi e di ottenere informazioni pertinenti a sostegno del proprio lavoro. Nello stabilire le modalità del meccanismo di consultazione, il comitato dovrebbe tenere conto, nel suo regolamento interno, della necessità di trasparenza, diversità ed equa rappresentanza geografica. Il comitato dovrebbe anche poter consultare il mondo accademico al fine di raccogliere ulteriori informazioni pertinenti.
- (41) Fatti salvi i poteri conferiti alla Commissione dai trattati, è fondamentale che la Commissione e il comitato cooperino strettamente, consentendo al comitato di consigliare e sostenere la Commissione su questioni relative ai servizi di media di sua competenza. Il comitato dovrebbe sostenere attivamente la Commissione nel compito di garantire l'applicazione coerente ed efficace del presente regolamento e l'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 pratiche ed elaborare pareri nei casi previsti dal presente regolamento, tenendo conto, se del caso, della situazione relativa alla libertà e al pluralismo dei media nei mercati dei media interessati. Tali pareri non

dovrebbero essere giuridicamente vincolanti, ma dovrebbero essere utili come orientamenti per le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione interessati e potrebbero essere presi in considerazione dalla Commissione nei suoi compiti di garantire l'applicazione del presente regolamento e l'attuazione coerente ed efficace della direttiva 2010/13/UE. Si dovrebbe ritenere che le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione abbiano fatto quanto in loro potere per tenere conto del parere del comitato se esse si saranno prodigate al massimo per attuare tale parere o avranno spiegato adeguatamente eventuali scostamenti dallo stesso.

- (42) Per poter svolgere efficacemente e autonomamente le proprie funzioni, il comitato dovrebbe essere assistito da un segretariato dedicato alle attività del comitato stesso. La Commissione dovrebbe mettere a disposizione il segretariato. Il segretariato dovrebbe disporre di risorse adeguate per lo svolgimento delle sue funzioni. Fatta salva l'autonomia istituzionale e di bilancio della Commissione, è importante che la Commissione tenga conto delle esigenze comunicate dal comitato, in particolare per quanto riguarda le qualifiche, le competenze e il profilo del personale del segretariato, per l'efficace svolgimento delle sue funzioni. Il segretariato dovrebbe inoltre poter contare sulle competenze e sulle risorse delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione. Ciò sarebbe fondamentale perché possa assistere il comitato nella preparazione dei suoi lavori. Il segretariato dovrebbe pertanto disporre di un numero adeguato di membri del personale distaccati da autorità o organismi nazionali di regolamentazione al fine di avvalersi delle loro competenze ed esperienze. Nella sua missione di contribuire all'espletamento indipendente delle funzioni del comitato, il segretariato dovrebbe seguire solo le istruzioni di quest'ultimo quando lo sostiene nell'adempimento delle sue funzioni a norma del presente regolamento. Il segretariato dovrebbe fornire sostegno sostanziale, amministrativo e organizzativo al comitato e assisterlo nello svolgimento delle sue funzioni, in particolare svolgendo pertinenti attività di ricerca o di raccolta di informazioni.
- (43) 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'Unione per i servizi di media audiovisivi con la direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹³⁾, 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'Unione che il presente regolamento intende affrontare, anche conferendo nuove mansioni alle autorità o agli organismi nazionali di regolamentazione.
- (44) Consapevoli di tali sfide e al fine di rispondere alla necessità di una più stretta cooperazione nel settore dei servizi di media audiovisivi, nel 2020 l'ERGA ha concordato un memorandum d'intesa che stabilisce meccanismi non vincolanti per la cooperazione transfrontaliera al fine di rafforzare l'applicazione delle norme dell'Unione pertinenti per i servizi di media audiovisivi e i servizi di piattaforme per la condivisione di video. Sulla base di tale quadro volontario e al fine di assicurare l'applicazione efficace del diritto dell'Unione in materia di media, evitare l'emergere di nuovi ostacoli nel mercato interno dei servizi di media e prevenire l'eventuale elusione delle norme vigenti da parte di fornitori di servizi di media disonesti, è fondamentale istituire un quadro chiaro e giuridicamente vincolante affinché le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione collaborino tra loro in modo efficace ed efficiente nell'ambito del quadro giuridico stabilito. Tale quadro è fondamentale per difendere il principio del paese d'origine, che è una pietra angolare della direttiva 2010/13/UE, e per garantire che le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione siano in grado di esercitare una vigilanza sui fornitori di servizi di media interessati. L'obiettivo dovrebbe essere quello di provvedere all'applicazione del presente regolamento e all'attuazione coerente ed efficace della direttiva 2010/13/UE, ad esempio garantendo un agevole scambio di informazioni tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione o consentendo di affrontare rapidamente le questioni relative alla giurisdizione. Qualora le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione si scambino informazioni, dovrebbe essere rispettata tutta la pertinente normativa dell'Unione e nazionale in materia di scambio di informazioni, compresa la pertinente legislazione in materia di protezione dei dati. Tale cooperazione, e in particolare la cooperazione accelerata, è di fondamentale importanza per sostenere le azioni volte a proteggere il mercato interno dai suddetti fornitori di servizi di media disonesti, garantendo nel contempo il rispetto dei diritti fondamentali, in particolare la libertà di espressione. In particolare, la cooperazione accelerata è necessaria per impedire che i servizi di media, sospesi in certi Stati membri ai sensi dell'articolo 3, paragrafi 3 e 5, della direttiva 2010/13/UE, continuino a essere forniti via satellite o altri mezzi in tali Stati membri, e quindi per contribuire all'effetto utile delle misure nazionali del caso, nel rispetto del diritto dell'Unione. I pareri del comitato saranno importanti per l'efficace funzionamento del meccanismo di cooperazione.
- (45) 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, comunicazioni commerciali comprese. Nello specifico, fatto salvo il

⁽¹³⁾ 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).

principio del paese d'origine, vi è la necessità di un meccanismo che consenta a qualunque autorità o organismo nazionale di regolamentazione competente di richiedere alla propria controparte di intraprendere azioni necessarie e proporzionate per garantire l'esecuzione degli obblighi di cui all'articolo 28 *ter*, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2010/13/UE da parte dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video. Ciò è fondamentale per garantire che il pubblico, e in particolare i minori, siano efficacemente tutelati in tutta l'Unione quando accedono ai contenuti sulle piattaforme per la condivisione di video e che possano contare su un adeguato livello di trasparenza per quanto riguarda le comunicazioni commerciali online. La mediazione e gli eventuali pareri del comitato contribuirebbero a garantire risultati reciprocamente accettabili e soddisfacenti per le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione interessati. 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 solo in presenza delle condizioni di cui all'articolo 3 della direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁴⁾ e nel rispetto della procedura ivi stabilita.

- (46) È fondamentale garantire una prassi regolamentare coerente e un'applicazione coerente ed efficace del presente regolamento e un'attuazione della direttiva 2010/13/UE. A tale scopo, e al fine di contribuire a garantire un'attuazione convergente del diritto dell'Unione in materia di media, la Commissione dovrebbe poter pubblicare, se necessario, orientamenti sulle questioni transfrontaliere trattate sia dal presente regolamento sia dalla direttiva 2010/13/UE. Nel decidere di pubblicare orientamenti, e alla luce delle pertinenti discussioni con il comitato di contatto istituito dalla direttiva 2010/13/UE per le questioni relative a tale direttiva, è opportuno che la Commissione consideri soprattutto le questioni normative che interessano numerosi Stati membri o quelle questioni che presentano un elemento transfrontaliero. 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. Date le possibili ripercussioni delle misure nazionali adottate a norma dell'articolo 7 *bis* della direttiva 2010/13/UE sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, gli orientamenti della Commissione sarebbero importanti per giungere alla certezza giuridica in tale campo. Sarebbe altresì utile prevedere orientamenti in merito alle misure 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 e sul dovere dei fornitori di servizi di media di rendere certe informazioni aggiornate facilmente e direttamente accessibili ai destinatari dei loro servizi. 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.
- (47) Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione possiedono competenze pratiche specifiche che consentono loro di bilanciare in modo efficace gli interessi dei fornitori di servizi di media e quelli dei destinatari dei servizi di media, garantendo al contempo il rispetto della libertà di espressione e salvaguardando e promuovendo il pluralismo dei media. Ciò è fondamentale, in particolare, per proteggere il mercato interno dalle attività dei servizi di media provenienti dall'esterno dell'Unione, indipendentemente dai mezzi di accesso o distribuzione di tali servizi, che si rivolgono al pubblico dell'Unione o lo raggiungono qualora, anche in considerazione del controllo che potrebbe essere esercitato su di essi da paesi terzi, possano pregiudicare o rischiare di pregiudicare la sicurezza pubblica. Il rischio di pregiudizio alla sicurezza pubblica potrebbero interessare la pubblica provocazione per commettere reati di terrorismo di cui all'articolo 5 della direttiva (UE) 2017/541 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁵⁾ e campagne internazionali sistematiche di manipolazione delle informazioni e di ingerenze da parte di attori stranieri finalizzate a destabilizzare l'Unione nel suo complesso o singoli Stati membri. A tale riguardo il coordinamento tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione mirato ad affrontare insieme le eventuali minacce alla sicurezza pubblica provenienti da questi servizi di media deve essere rafforzato e dotato di un quadro giuridico in modo da garantire l'efficacia e l'eventuale coordinamento delle misure nazionali adottate, in linea con il diritto dell'Unione in materia di media.
- (48) È necessario coordinare le misure nazionali che potrebbero essere adottate per contrastare le minacce alla sicurezza pubblica provenienti da servizi di media originari di o stabiliti in paesi terzi e rivolti al pubblico dell'Unione, anche prevedendo la possibilità per il comitato, in consultazione con la Commissione, di emettere, se del caso, pareri su tali misure, in particolare qualora una situazione riguardi diversi Stati membri. A tale proposito, i rischi per la sicurezza pubblica devono essere valutati tenendo conto di tutti gli elementi di fatto e di diritto pertinenti, a livello dell'Unione e nazionale, comprese eventuali valutazioni esistenti del modo in cui il servizio di media interessato è diffuso o ricevuto nel territorio dell'Unione. Fatte salve le competenze degli Stati membri o delle loro autorità o organismi nazionali di regolamentazione in linea con il diritto dell'Unione, l'obiettivo dovrebbe essere quello di consentire un

⁽¹⁴⁾ 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).

⁽¹⁵⁾ Direttiva (UE) 2017/541 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 marzo 2017, sulla lotta contro il terrorismo e che sostituisce la decisione quadro 2002/475/GAI del Consiglio e che modifica la decisione 2005/671/GAI del Consiglio (GU L 88 del 31.3.2017, pag. 6).

approccio più coordinato per le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione interessati in relazione alle limitazioni alla distribuzione di tali servizi di media. A tale riguardo, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione interessati dovrebbero poter tenere conto dei pareri del comitato nel valutare l'adozione di misure nei confronti di un fornitore di servizi di media. Ciò non pregiudica la competenza dell'Unione ai sensi dell'articolo 215 TFUE.

- (49) Al fine di sostenere ulteriormente le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione nel loro ruolo di protezione del mercato interno dei servizi di media da fornitori di servizi di media disonesti, il comitato dovrebbe redigere un elenco di criteri relativi ai fornitori di servizi di media originari di o stabiliti in paesi terzi. Un tale elenco aiuterebbe le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione interessati nelle situazioni in cui un fornitore di servizi di media pertinente chieda di essere sottoposto alla giurisdizione di uno Stato membro, o qualora un fornitore di servizi di media già soggetto alla giurisdizione di uno Stato membro sembri rappresentare un rischio grave e serio per la sicurezza pubblica. Gli elementi che dovrebbero figurare in un tale elenco potrebbero riguardare, tra l'altro, la proprietà, i dirigenti, le strutture di finanziamento, l'indipendenza editoriale da paesi terzi o l'adesione a meccanismi di coregolamentazione o autoregolamentazione che disciplinino le norme editoriali in uno o più Stati membri.
- (50) Le piattaforme online di dimensioni molto grandi servono come punti di accesso ai contenuti e ai servizi di media per molti utenti. I fornitori di servizi di media che esercitano la responsabilità editoriale sui loro contenuti rivestono un ruolo fondamentale per la diffusione delle informazioni e l'esercizio del diritto di ricevere e comunicare informazioni online. Nell'esercizio di tale responsabilità editoriale, i fornitori di servizi di media dovrebbero agire con diligenza e fornire informazioni affidabili e rispettose dei diritti fondamentali, in linea con le prescrizioni normative o i meccanismi di coregolamentazione o autoregolamentazione cui sono soggetti negli Stati membri. Pertanto, anche in ragione del diritto di ricevere e comunicare informazioni degli utenti nel caso in cui un fornitore di piattaforme online di dimensioni molto grandi ritenga che i contenuti forniti da tali fornitori di servizi di media siano incompatibili con i propri termini e le proprie condizioni, esso dovrebbe tenere debitamente conto della libertà e del pluralismo dei media, in linea con il regolamento (UE) 2022/2065, e fornire il prima possibile le necessarie spiegazioni ai fornitori di servizi di media esponendo le motivazioni alla base delle loro decisioni, a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁶⁾ e dell'articolo 17 del regolamento (UE) 2022/2065. Per ridurre al minimo gli effetti di eventuali limitazioni del diritto di ricevere e comunicare informazioni degli utenti per quanto concerne tali contenuti, le piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero esporre le proprie motivazioni prima che la sospensione o la limitazione della visibilità abbiano effetto. Inoltre, dovrebbero dare al fornitore di servizi di media la possibilità di rispondere alla motivazione, entro 24 ore dalla sua ricezione, prima che la sospensione o la limitazione della visibilità abbiano effetto. Un termine più breve potrebbe applicarsi in caso di crisi di cui all'articolo 36, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2022/2065, in particolare per tenere conto dell'urgente necessità di moderare i contenuti pertinenti in tali circostanze eccezionali.
- (51) Il ricorso all'etichettatura o a strumenti di verifica dell'età da parte dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi conformemente ai loro termini di servizio e in linea con il diritto dell'Unione non dovrebbe essere inteso come una limitazione della visibilità. A seguito della risposta del fornitore di servizi di media a una motivazione di un fornitore di piattaforme online di dimensioni molto grandi, o in assenza di tale risposta entro il termine stabilito, tale fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi dovrebbe informare il fornitore di servizi di media se intende procedere alla sospensione della fornitura dei propri servizi di intermediazione online relativi ai contenuti forniti dal fornitore di servizi di media o alla limitazione della visibilità di tali contenuti. Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare l'obbligo per i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi di adottare misure contro contenuti illegali diffusi attraverso i loro servizi, di adottare misure tese a valutare e ridurre il rischio sistemico costituito dai loro servizi, ad esempio attraverso la disinformazione, o di adottare misure volte a proteggere i minori. In tale contesto, nulla di quanto contenuto nel presente regolamento dovrebbe essere interpretato come una deviazione dagli obblighi dei fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi a norma degli articoli 28, 34 e 35 del regolamento (UE) 2022/2065 e dell'articolo 28 *ter* della direttiva 2010/13/UE.
- (52) 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 rispettano specifiche norme di regolamentazione, coregolamentazione o autoregolamentazione, è giustificato 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.
- (53) A tal fine i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi che forniscono accesso a contenuti mediatici 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. Quando si dichiara conforme alle

⁽¹⁶⁾ 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).

prescrizioni normative o ai meccanismi di coregolamentazione o autoregolamentazione, un fornitore di servizi di media dovrebbe essere in grado di fornire i dati di contatto dell'autorità o dell'organismo nazionale di regolamentazione competente o dei rappresentanti del meccanismo di coregolamentazione o autoregolamentazione, compresi quelli forniti da associazioni professionali ampiamente riconosciute che rappresentano un determinato settore e operano a livello dell'Unione o nazionale. In caso di ragionevoli dubbi, tale informazione consentirebbe alla piattaforma online di dimensioni molto grandi di confermare con tali autorità o organismi che il fornitore di servizi di media è soggetto a tali prescrizioni o meccanismi. Se del caso, i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero fare affidamento su informazioni riguardo al rispetto di tali prescrizioni, ad esempio la norma sulla lettura automatizzata della Journalism Trust Initiative, elaborata sotto l'egida del Comitato europeo di normazione, o altri codici di condotta pertinenti. Le organizzazioni della società civile riconosciute, le organizzazioni di verifica dei fatti e altre organizzazioni professionali pertinenti che riconoscono l'integrità delle fonti dei media sulla base di norme concordate con il settore dei media dovrebbero inoltre avere la possibilità di segnalare alle piattaforme online di dimensioni molto grandi qualsiasi eventuale violazione, da parte dei fornitori di servizi di media, delle prescrizioni pertinenti per l'autodichiarazione. Gli orientamenti pubblicati dalla Commissione sarebbero fondamentali per agevolare l'attuazione efficace di tale funzionalità. Gli orientamenti dovrebbero contribuire a ridurre al minimo i rischi di eventuali abusi di detta funzionalità, in particolare da parte di fornitori che si dedicano in modo sistematico ad attività di disinformazione, manipolazione delle informazioni e ingerenze, compresi quelli controllati da determinati paesi terzi, tenendo conto dei criteri che devono essere elaborati dal comitato riguardo ai fornitori di servizi di media provenienti dall'esterno dell'Unione. A tal fine, tali orientamenti potrebbero contemplare disposizioni relative alla partecipazione o alla consultazione delle organizzazioni della società civile riconosciute, comprese le organizzazioni di verifica dei fatti, e, se del caso, delle autorità nazionali di regolamentazione all'esame delle dichiarazioni.

- (54) Il presente regolamento riconosce l'importanza dei meccanismi di coregolamentazione e 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 iniziativa volontaria, che si traducono ad esempio in codici di condotta, i quali consentono ai fornitori di servizi di media o ai loro rappresentanti di adottare, tra di loro e a loro uso, orientamenti comuni, tra cui standard etici, sistemi di correzione degli errori o di gestione dei reclami. Un'autoregolamentazione dei media solida, inclusiva e ampiamente accettata costituisce una garanzia efficace di qualità e professionalità dei servizi di media ed è cruciale per garantire l'integrità editoriale.
- (55) 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 limitazioni o le sospensioni dei loro contenuti siano ripetutamente 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 limitazioni o sospensioni ingiustificate ed evitarle in futuro. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi dovrebbero dialogare in buona fede, prestando particolare attenzione alla salvaguardia della libertà dei media e della libertà di informazione. Il comitato dovrebbe informare la Commissione dei propri pareri sull'esito di tali dialoghi. La Commissione potrebbe tenere conto di tali pareri nel contesto dell'applicazione del regolamento (UE) 2022/2065.
- (56) 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 pratiche relative all'applicazione delle disposizioni del presente regolamento, anche per quanto riguarda i processi di moderazione da parte di piattaforme online di dimensioni molto grandi, e per monitorare l'adesione alle iniziative di autoregolamentazione volte a proteggere gli utenti da contenuti nocivi, tra cui le iniziative finalizzate a contrastare la disinformazione. La Commissione potrebbe, se opportuno, esaminare le relazioni sui risultati di questi dialoghi strutturati quando valuta le questioni sistemiche ed emergenti nell'Unione nell'ambito della sua applicazione del regolamento (UE) 2022/2065 e a tale scopo potrebbe chiedere sostegno al comitato.
- (57) I destinatari dei servizi di media che forniscono programmi dovrebbero poter scegliere realmente il contenuto che desiderano guardare o ascoltare in base alle loro preferenze. La loro libertà di scegliere il contenuto potrebbe tuttavia essere limitata da pratiche commerciali del settore dei media, quali accordi per la prioritizzazione di contenuti tra i fornitori di servizi di media e i fabbricanti di dispositivi o i fornitori di interfacce utente che controllano o gestiscono l'accesso ai servizi di media che forniscono programmi e il loro utilizzo, come televisioni connesse o sistemi audio su automobili. La prioritizzazione può essere realizzata, ad esempio, sulla schermata iniziale di un dispositivo attraverso impostazioni hardware o funzioni di scelta rapida presenti nel software, applicazioni e aree di ricerca, che influenzano il comportamento dei destinatari, i quali potrebbero essere indebitamente incentivati a scegliere determinate offerte di media rispetto ad altre. La scelta dell'utente potrebbe anche essere limitata da circuiti chiusi di applicazioni preinstallate. Gli utenti dovrebbero avere la possibilità di cambiare in qualsiasi momento, in modo semplice, facilmente accessibile e intuitivo, la configurazione, incluse le impostazioni predefinite

di un dispositivo, come il telecomando, o di un'interfaccia utente che controlla o gestisce l'accesso ai servizi di media che forniscono programmi e il loro utilizzo. Ciò dovrebbe essere inteso come comprendente tutte le caratteristiche di personalizzazione dei dispositivi o delle interfacce utente che orientano o guidano gli utenti nelle loro scelte di servizi di media o contenuti mediatici a cui desiderano accedere e consentono loro di trovare o scoprire tali servizi o contenuti, tenendo conto dell'obiettivo di un accesso equo ai servizi di media in tutta la loro diversità, dal punto di vista sia degli utenti che dei fornitori di servizi di media. Tale diritto non dovrebbe estendersi a singoli elementi, come i programmi, all'interno di un catalogo di servizi a richiesta, 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, nonché quelle per attuare l'articolo 7 ter di tale direttiva, adottate per legittime considerazioni di interesse pubblico. I fabbricanti, gli sviluppatori e gli importatori dovrebbero essere in grado di dimostrare l'effettiva facilità di utilizzo della funzionalità richiesta al momento dell'immissione dei loro prodotti pertinenti sul mercato. Gli Stati membri dovrebbero garantire, mediante misure adeguate, che i dispositivi e le interfacce immessi sul loro mercato dagli operatori del mercato interessati siano conformi alle pertinenti prescrizioni di cui al presente regolamento. Tale obiettivo potrebbe essere conseguito monitorando l'applicazione e l'efficacia delle azioni intraprese da tali operatori del mercato.

- (58) Le identità visive dei fornitori di servizi di media sono costituite da marchi, loghi, marchi commerciali o altri tratti caratteristici e consentono ai destinatari dei servizi di media che forniscono programmi di identificare facilmente i responsabili editoriali del servizio. Le identità visive costituiscono inoltre un vantaggio competitivo fondamentale per i fornitori di servizi di media in quanto consentono loro di distinguere la loro offerta di media sul mercato. È quindi importante che le identità visive dei fornitori di servizi di media che forniscono programmi siano preservate quando gli utenti accedono ai loro servizi di media attraverso dispositivi e interfacce utente differenti. A tal fine, i fabbricanti, gli sviluppatori e gli importatori di dispositivi e interfacce utente dovrebbero garantire che le identità visive fornite da tali fornitori di servizi di media non siano rimosse o modificate.
- (59) Al fine di garantire parità di condizioni nella fornitura di servizi di media diversificati che forniscono programmi a fronte degli sviluppi tecnologici del mercato interno e di garantire un accesso equo ai servizi di media in tutta la loro diversità, è necessario promuovere l'elaborazione di norme armonizzate comuni per i dispositivi e le interfacce utente che controllano o gestiscono l'accesso, e il relativo utilizzo, ai servizi di media che forniscono programmi o segnali digitali che trasferiscono i contenuti dalla fonte alla destinazione. In tale contesto è importante evitare norme tecniche divergenti che creino ostacoli e costi aggiuntivi per il settore e i consumatori, e allo stesso tempo favorire lo sviluppo di soluzioni che consentano l'attuazione degli obblighi vigenti in materia di servizi di media.
- (60) Misure legislative, normative o amministrative diverse potrebbero essere giustificate e favorire il pluralismo dei media. Tuttavia, alcune misure potrebbero ostacolare o scoraggiare l'esercizio della libertà di stabilimento e della libertà di fornire servizi nel settore dei media, a scapito del pluralismo dei media o dell'indipendenza editoriale dei fornitori di servizi di media che operano nel mercato interno. Tali misure possono assumere varie forme, ad esempio, 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. Comprendono altresì le decisioni relative a licenze, ad esempio revocare o rendere più complicato il rinnovo delle licenze dei fornitori di servizi di media, nonché le decisioni relative ad autorizzazioni o notifiche preventive per i fornitori di servizi di media. Al fine di ridurre il potenziale impatto negativo sul pluralismo dei media o sull'indipendenza editoriale dei fornitori di servizi di media che operano nel mercato interno e promuovere la certezza giuridica nel mercato interno dei servizi di media, è importante che tali misure rispettino i principi di giustificazione oggettiva, trasparenza, non discriminazione e proporzionalità. Le misure amministrative che possono incidere sul pluralismo dei media o sull'indipendenza editoriale dovrebbero essere adottate entro scadenze prevedibili. Tali scadenze dovrebbero avere una durata sufficiente a garantire un'adeguata valutazione, da parte dei fornitori di servizi di media, delle misure e delle loro conseguenze prevedibili. Inoltre, i fornitori di servizi di media che sono individualmente e direttamente interessati da misure normative o amministrative dovrebbero avere il diritto di presentare ricorso contro tali misure dinanzi a un organo di appello indipendente. Se non è un organo giurisdizionale, l'organo di appello dovrebbe disporre delle risorse adeguate necessarie per il suo efficace funzionamento.
- (61) Fatta salva l'applicazione delle norme dell'Unione in materia di concorrenza e aiuti di Stato, nonché delle misure nazionali adottate in conformità di tali norme, è cruciale che il comitato, qualora le misure normative o amministrative nazionali possano incidere in modo significativo sul funzionamento dei fornitori di servizi di media nel mercato interno, sia autorizzato a emettere pareri. I pareri del comitato dovrebbero concentrarsi sulle misure nazionali che possono perturbare le attività dei fornitori di servizi di media nel mercato interno, ad esempio prevenendone o ostacolandone il funzionamento in modo tale da compromettere gravemente la fornitura dei loro servizi di media in un determinato mercato. Ciò potrebbe verificarsi nel caso in cui una misura amministrativa nazionale riguardi specificamente un fornitore di servizi di media che fornisce i suoi servizi a più di uno Stato membro oppure nel caso in cui riguardi un fornitore di servizi di media che, a motivo, tra l'altro, delle sue quote di

mercato, delle dimensioni del suo pubblico o del suo livello di circolazione, esercita un'influenza significativa sulla formazione dell'opinione pubblica in tale Stato membro e nel caso in cui impedisca a tali fornitori di servizi di media di operare efficacemente in un determinato mercato o di entrare in un nuovo mercato. Il comitato può emettere tali pareri di propria iniziativa e dovrebbe emettere tali pareri su richiesta della Commissione. Il comitato dovrebbe inoltre emettere pareri su tali misure su richiesta dei fornitori di servizi di media interessati individualmente e direttamente. A tal fine, il fornitore di servizi di media in questione dovrebbe presentare al comitato una richiesta debitamente giustificata e motivata. Nella sua richiesta, il fornitore di servizi di media in questione dovrebbe in particolare indicare se ha già esaurito tutti i mezzi di ricorso nazionali disponibili impugnando le misure contestate dinanzi ai giudici nazionali o ad altre autorità o organismi nazionali competenti, e il tipo di decisione o di decisioni che ne sono scaturite. La richiesta dovrebbe indicare anche i motivi per i quali il fornitore di servizi di media in questione ritiene che la misura o le misure contestate incidano in modo significativo sul suo funzionamento nel mercato interno, nonché i motivi per i quali ritiene che tali misure incidano direttamente e individualmente sulla sua situazione giuridica.

- (62) Le concentrazioni del mercato dei media sono valutate in modo diverso all'interno dell'Unione nell'ottica del pluralismo dei media. Le norme e le procedure relative alla valutazione delle concentrazioni del mercato dei media variano all'interno dell'Unione. Alcuni Stati membri si basano unicamente sulle valutazioni della concorrenza, mentre altri dispongono di quadri appositi per la valutazione specifica delle concentrazioni relativamente al pluralismo dei media. In quest'ultimo caso, si rilevano notevoli differenze. In alcuni casi si controllano tutte le operazioni dei media, indipendentemente dal fatto che raggiungano o meno determinate soglie, mentre in altri casi si effettua una valutazione solo se vengono superate soglie specifiche o se vengono soddisfatti determinati criteri qualitativi. Ad esempio, ai fini di tale valutazione, alcuni Stati membri applicano moltiplicatori di guadagni al fine di garantire che le minacce in materia di concorrenza non sfuggano all'attenzione e si proceda a un controllo anche quando i media in questione hanno entrate modeste. Laddove presenti, si rilevano altresì differenze nelle procedure applicabili al controllo delle operazioni di mercato ai fini del pluralismo dei media. Tale controllo è spesso effettuato in modo indipendente dall'autorità di regolamentazione dei media mediante una valutazione autonoma oppure da parte dell'autorità competente mediante il coinvolgimento dell'autorità di regolamentazione dei media attraverso un parere, che potrebbe consistere in un contributo autonomo o potrebbe assumere la forma di pareri o osservazioni scritti nel contesto di una valutazione in corso. Alcune norme nazionali consentono ai ministeri o agli organismi governativi di intervenire nel controllo del mercato dei media per motivi non economici, che vanno dalla protezione del pluralismo dei media alla salvaguardia della sicurezza pubblica o di altri interessi generali.
- (63) La divergenza e la mancanza di coordinamento tra le norme e le procedure degli Stati membri applicabili alle concentrazioni del mercato dei media possono comportare incertezza giuridica e oneri normativi, amministrativi o economici per le imprese del settore dei media che intendono operare a livello transfrontaliero, distortendo in tal modo la concorrenza nel mercato interno dei servizi di media. In alcuni casi, le misure nazionali adottate in questo settore possono effettivamente impedire a un'impresa del settore dei media stabilita nell'Unione di entrare in un altro mercato nazionale, senza essere realmente intese a promuovere il pluralismo dei media ⁽¹⁷⁾. In ultima analisi, invece di conseguire una maggiore pluralità dei media, ciò potrebbe rafforzare le dinamiche oligopolistiche nel mercato dei media. Al fine di ridurre gli impedimenti che ostacolano la capacità dei fornitori di servizi di media di operare nel mercato interno, è importante che il presente regolamento istituisca un quadro comune per la valutazione delle concentrazioni del mercato dei media in tutta l'Unione.
- (64) I media svolgono un ruolo decisivo nel plasmare l'opinione pubblica e nel fornire ai cittadini informazioni pertinenti per una partecipazione attiva ai processi democratici. Tale è la ragione per cui gli Stati membri, indipendentemente dalle valutazioni a norma del diritto della concorrenza, dovrebbero prevedere, nel diritto nazionale, norme e procedure che consentano una valutazione delle concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale. In tale contesto, il pluralismo dei media dovrebbe essere inteso come la possibilità di avere accesso a una varietà di servizi di media e contenuti mediatici che trasmettano opinioni, voci e analisi diverse. Dato che possono incidere sulla libertà di fornire servizi di media nel mercato interno, le norme e procedure nazionali devono essere adeguatamente inquadrate e devono essere trasparenti, obiettive, proporzionate e non discriminatorie. Le concentrazioni del mercato dei media soggette a tali norme dovrebbero essere intese come comprendenti le concentrazioni che potrebbero tradursi in un'unica entità che esercita un controllo o che ha interessi significativi nel mercato in questione e che influisce quindi notevolmente sulla formazione dell'opinione pubblica in un determinato mercato dei 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 del mercato dei media.

⁽¹⁷⁾ Sentenza della Corte di giustizia del 3 settembre 2020, *Vivendi SA/Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*, causa C-719/18, ECLI:EU:C:2020:627.

- (65) 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. Il coinvolgimento di tali autorità o organismi nazionali di regolamentazione dovrebbe essere sostanziale, ad esempio si dovrebbe garantire che i loro pareri siano presi in considerazione nella valutazione della concorrenza. Al fine di promuovere la certezza del diritto e garantire che le norme e le procedure nazionali che consentono di valutare le concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale 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
- (66) Qualora una concentrazione del mercato dei media costituisca una concentrazione che rientra nell'ambito di applicazione del regolamento (CE) n. 139/2004, 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 e dovrebbe essere distinta dalla stessa. Qualsiasi misura adottata dalle autorità o dagli organismi di regolamentazione nazionali designati o dalle autorità o organismi nazionali di regolamentazione coinvolti sulla base della loro valutazione delle concentrazioni del mercato dei media che potrebbero avere un impatto significativo sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale dovrebbe pertanto essere finalizzata alla tutela degli interessi legittimi ai sensi dell'articolo 21, paragrafo 4, secondo comma, del regolamento (CE) n. 139/2004 e dovrebbe essere in linea con i principi generali e altre disposizioni del diritto dell'Unione. Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare norme nazionali più dettagliate applicabili alle concentrazioni del mercato dei media che hanno luogo, in particolare, a livello regionale o locale.
- (67) Il comitato dovrebbe essere autorizzato a fornire pareri su progetti di valutazioni delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione designati o progetti di pareri delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione coinvolti, qualora le concentrazioni del mercato dei media possano incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Si configurerebbe tale caso, ad esempio, qualora tali concentrazioni coinvolgessero acquisizioni di o da parte di un'impresa stabilita in un altro Stato membro oppure operante a livello transfrontaliero o certi fornitori di servizi di media avessero un'influenza significativa sulla formazione dell'opinione pubblica in un determinato mercato dei media con potenziali effetti sul pubblico nel mercato interno. Qualora una concentrazione del mercato dei media non sia stata valutata o non abbia potuto essere valutata in relazione al suo impatto sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale dalle autorità o dagli organismi competenti a livello nazionale, o qualora le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione non abbiano consultato il comitato in merito a una concentrazione del mercato dei media, che si ritenga possa incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, il comitato può fornire un parere di propria iniziativa e dovrebbe fornire un parere su richiesta della Commissione. In tale contesto, la Commissione dovrebbe conservare la possibilità di emettere i propri pareri.
- (68) Al fine di garantire mercati dei media pluralistici, le autorità o gli organismi nazionali e il comitato dovrebbero tenere conto degli elementi stabiliti nel presente regolamento. In particolare, le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero considerare l'impatto previsto sul pluralismo dei media esercitato dalle concentrazioni del mercato dei media, compreso, in particolare, l'effetto sulla formazione dell'opinione pubblica, tenendo conto dell'ambiente online. A tale riguardo, e in particolare se pertinente al fine di valutare il possibile impatto sulla formazione dell'opinione pubblica in parti significative di un determinato mercato dei media, le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero tenere conto della portata geografica delle entità coinvolte nella concentrazione del mercato dei media. Contemporaneamente dovrebbero considerare se altri mezzi di informazione, che forniscono contenuti diversi e alternativi, continuerebbero a coesistere nel mercato o nei mercati interessati se viene attuata la concentrazione del mercato dei media in questione. Nel valutare le garanzie per l'indipendenza editoriale, le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero esaminare i possibili rischi di ingerenze indebite da parte del futuro proprietario o della futura struttura di direzione o di governance nelle decisioni editoriali dell'entità oggetto di acquisizione o fusione. Le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero altresì tenere conto delle garanzie interne esistenti o previste tese a preservare gli standard etici e professionali nonché l'indipendenza delle decisioni editoriali adottate all'interno delle imprese di media coinvolte. Nel valutare gli impatti potenziali delle concentrazioni del mercato dei media sul pluralismo dei media e l'indipendenza editoriale, le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero considerare gli effetti della concentrazione in questione sulla sostenibilità economica dell'entità o delle entità coinvolte nella concentrazione. Dovrebbero inoltre stabilire se, in assenza della concentrazione, la o le entità coinvolte nella concentrazione 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. Se del caso, le autorità o organismi nazionali e il comitato dovrebbero tenere conto anche degli impegni che le parti coinvolte potrebbero offrire al fine di garantire che la pertinente concentrazione del mercato dei media garantisca il pluralismo dei media e l'indipendenza editoriale. Se del

caso, le autorità o organismi nazionali, nella loro valutazione, e il comitato nei suoi pareri, dovrebbero tenere conto anche delle conclusioni delle relazioni annuali della Commissione sullo Stato di diritto relative al pluralismo e alla libertà dei media.

- (69) 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. Di conseguenza gli operatori del mercato dei media, e in particolare i fornitori di servizi e gli operatori pubblicitari, dovrebbero poter contare su dati relativi al pubblico oggettivi e comparabili, ricavati da soluzioni di misurazione dell'audience trasparenti, imparziali e verificabili. In linea di principio, la misurazione dell'audience dovrebbe essere effettuata in conformità dei meccanismi di autoregolamentazione del settore ampiamente accettati. Invece alcuni nuovi operatori emersi nell'ecosistema dei media, come le piattaforme online, non rispettano le norme o le migliori pratiche settoriali concordate mediante i pertinenti meccanismi di autoregolamentazione del settore e forniscono i propri servizi proprietari di misurazione senza mettere a disposizione informazioni circa le relative metodologie. Da ciò potrebbero risultare soluzioni di misurazione dell'audience non comparabili, asimmetrie tra gli operatori del mercato dei media per quanto riguarda le informazioni e possibili distorsioni del mercato, a scapito delle pari opportunità per i fornitori di servizi di media sul mercato. È quindi importante che i sistemi e le metodologie di misurazione dell'audience messi a disposizione sul mercato garantiscano un livello adeguato di trasparenza, imparzialità, inclusività, proporzionalità, non discriminazione, comparabilità e verificabilità.
- (70) Gli operatori del mercato interessati si sono tradizionalmente accordati su una serie di metodologie di misurazione al fine di svolgere una misurazione dell'audience in modo trasparente e affidabile e sviluppare indici di riferimento imparziali e affidabili da utilizzare nella valutazione delle prestazioni dei contenuti mediatici e pubblicitari. Tali metodologie di misurazione si riflettono nelle pertinenti norme e migliori pratiche settoriali oppure sono organizzate e consolidate da organismi di autoregolamentazione, quali i comitati misti settoriali, istituiti in diversi Stati membri e che riuniscono tutti i principali portatori di interessi che operano nel settore dei media e della pubblicità. Per migliorare la verificabilità, l'affidabilità e la comparabilità delle metodologie di misurazione dell'audience, in particolare online, è opportuno stabilire obblighi di trasparenza per i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari che non rispettano le pertinenti norme e migliori pratiche settoriali o non si attengono ai parametri di riferimento del settore concordati nell'ambito degli organismi di autoregolamentazione competenti. In base a tali obblighi, tali operatori, qualora sia richiesto e nella misura del possibile, dovrebbero fornire agli operatori pubblicitari e ai fornitori di servizi di media o a coloro che agiscono per loro conto informazioni che descrivono 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 periodo di misurazione, la copertura della misurazione e il margine di errore. Per garantire un adeguato livello di efficacia di tali obblighi di trasparenza e promuovere l'affidabilità dei sistemi di misurazione dell'audience proprietari, è opportuno sottoporre annualmente le metodologie e la modalità con cui sono applicate a audit indipendenti. Inoltre, al fine di contribuire alla parità di condizioni e promuovere la chiarezza e la contendibilità delle informazioni pertinenti fornite al mercato, è anche fondamentale che i risultati della misurazione dell'audience siano resi disponibili. Per tale motivo, i fornitori di servizi di media dovrebbero poter chiedere ai fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari di fornire informazioni sui risultati della misurazione dell'audience relativi ai propri contenuti e servizi mediatici. In particolare, i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari dovrebbero garantire che tali informazioni siano fornite in un formato conforme alle norme del settore, includano i dati pertinenti non aggregati e siano molto dettagliate e di elevata qualità in modo da consentire ai fornitori di servizi di media richiedenti di effettuare una valutazione efficace e significativa della portata e delle prestazioni dei loro contenuti e servizi mediatici. La necessità di aumentare la trasparenza e la contendibilità dei sistemi di misurazione dell'audience proprietari dovrebbe essere conciliata con la libertà dei fornitori di sistemi di misurazione dell'audience di sviluppare i propri sistemi di misurazione nel quadro della loro libertà d'impresa. In particolare, gli obblighi di trasparenza imposti ai fornitori di sistemi di misurazione dell'audience dal presente regolamento non dovrebbero pregiudicare la protezione dei segreti commerciali dei fornitori di misurazioni dell'audience quali definiti nella direttiva (UE) 2016/943 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁸⁾. Gli obblighi imposti dal presente regolamento non dovrebbero inoltre pregiudicare gli obblighi che si applicano ai fornitori di sistemi di misurazione dell'audience ai sensi del regolamento (UE) 2019/1150 o del regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁹⁾, compresi quelli relativi al posizionamento, all'autoevoluzione o alla fornitura di accesso agli strumenti di misurazione delle prestazioni e ai dati pertinenti.

⁽¹⁸⁾ Direttiva (UE) 2016/943 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2016, sulla protezione del know-how riservato e delle informazioni commerciali riservate (segreti commerciali) contro l'acquisizione, l'utilizzo e la divulgazione illeciti (GU L 157 del 15.6.2016, pag. 1).

⁽¹⁹⁾ Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 settembre 2022, relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (regolamento sui mercati digitali) (GU L 265 del 12.10.2022, pag. 1).

- (71) Codici di condotta redatti dai fornitori di sistemi di misurazione dell'audience o dalle organizzazioni o associazioni che li rappresentano, insieme ai fornitori di servizi di media e ai fornitori di piattaforme online, nonché alle loro organizzazioni rappresentative, e ad altri pertinenti portatori di interessi, potrebbero contribuire all'applicazione efficace del presente regolamento e dovrebbero pertanto essere incoraggiati. I meccanismi di autoregolamentazione ampiamente riconosciuti nel settore dei media sono già stati utilizzati per promuovere standard di alta qualità nel settore della misurazione dell'audience, garantendo l'imparzialità delle misurazioni e la comparabilità dei risultati. Il loro 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, comparabilità 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 e i fornitori di piattaforme online, si potrebbe tenere conto in particolare della crescente digitalizzazione del settore dei media e della necessità di rendere sempre più comparabili le diverse soluzioni di misurazione dell'audience disponibili sul mercato. Di fatto, la comparabilità dei risultati della misurazione dell'audience è fondamentale per conseguire parità di condizioni tra gli operatori del mercato dei media, in quanto consente ai fornitori di servizi di media e agli operatori pubblicitari di valutare meglio il successo della loro offerta, che gli utenti consumano sempre più spesso su diversi dispositivi e piattaforme. Per tale motivo, gli operatori del settore interessati dovrebbero essere incoraggiati ad avvalersi di codici di condotta e di altri meccanismi di autoregolamentazione per promuovere l'elaborazione di soluzioni di misurazione dell'audience che siano comparabili tra diversi media e piattaforme. Tali codici di condotta dovrebbero inoltre promuovere l'elaborazione di soluzioni che garantiscano un'adeguata misurazione dell'audience dei piccoli fornitori di servizi di media.
- (72) I fondi pubblici destinati alla pubblicità statale e ai contratti di fornitura o di servizi sono un'importante fonte di entrate per molti fornitori di servizi di media e fornitori di piattaforme online e contribuiscono alla loro sostenibilità economica. Al fine di garantire pari opportunità nel mercato interno, l'accesso a tali fondi dovrebbe essere concesso in modo non discriminatorio a qualsiasi fornitore di servizi di media o fornitore di piattaforme online di qualsiasi Stato membro che sia in grado di raggiungere adeguatamente, del tutto o in parte, il pubblico interessato. Inoltre, i fondi pubblici destinati alla pubblicità statale e ai contratti di fornitura o di servizi potrebbero rendere i fornitori di servizi di media e i fornitori di piattaforme online vulnerabili a un'indebita influenza statale o a interessi parziali, a scapito della libertà di fornitura dei servizi e dei diritti fondamentali. L'allocazione non trasparente e distorta di tali fondi è quindi un potente strumento per esercitare influenza sulla libertà editoriale dei fornitori di servizi di media, «catturare» i fornitori di servizi di media o sovvenzionare in modo occulto tali fornitori per ottenere un vantaggio politico o commerciale sleale o una copertura favorevole. I fondi pubblici destinati alla pubblicità statale e ai contratti di fornitura o di servizi sono in parte regolamentati da un quadro frammentato di misure specifiche per i media e di norme dell'Unione sugli appalti pubblici, che non offrono una protezione sufficiente dalla distribuzione preferenziale o distorta. In particolare, la direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²⁰⁾ 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. Le norme specifiche per i fondi pubblici destinati alla pubblicità statale e ai contratti di fornitura o di servizi, laddove presenti, variano notevolmente da uno Stato membro all'altro. Ciò potrebbe creare asimmetrie per quanto riguarda le informazioni per gli operatori del mercato dei media e determinare un impatto negativo sull'attività economica transfrontaliera nel mercato interno dei servizi di media. Cosa ancora più importante, potrebbe falsare la concorrenza, scoraggiare gli investimenti e nuocere alla parità di condizioni nel mercato interno dei servizi di media.
- (73) Al fine di garantire una concorrenza non falsata tra i fornitori di servizi di media e i fornitori di piattaforme online e di evitare il rischio di sovvenzioni occulte e di inopportune influenze politiche sui media, è necessario stabilire prescrizioni comuni relative a trasparenza, obiettività, proporzionalità e non discriminazione nell'allocazione dei fondi pubblici o di altre risorse pubbliche ai fornitori di servizi di media e ai fornitori di piattaforme online per la pubblicità statale o nell'acquisto di beni o servizi diversi dalla pubblicità statale, ad esempio produzioni audiovisive, dati di mercato e servizi di consulenza o formazione. Ove possibile, tenendo debitamente conto delle specificità nazionali e locali dei mercati dei media pertinenti, e dei modelli nazionali di governance e della ripartizione delle competenze tra i livelli nazionale, regionale e locale negli Stati membri, tenendo segnatamente in considerazione l'importo delle risorse statali allocate e il numero di potenziali fornitori di servizi pubblicitari pertinenti o di beni o servizi pertinenti diversi dalla pubblicità, tale allocazione dovrebbe mirare a garantire la pluralità dei media, in particolare andando a beneficio di una varietà di fornitori di servizi di media e fornitori di piattaforme online. Tale allocazione non dovrebbe comportare vantaggi ingiustificati e sproporzionati per taluni fornitori. Al fine di garantire un elevato livello di trasparenza, è importante che i criteri e le procedure utilizzati per allocare fondi pubblici ai fornitori di servizi di media e ai fornitori di piattaforme online per la pubblicità statale e dei contratti di fornitura o di

⁽²⁰⁾ 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).

servizi siano resi preventivamente disponibili al pubblico con mezzi elettronici e di facile utilizzo. Le prescrizioni comuni in materia di pubblicità statale e contratti di fornitura o di servizi dovrebbero coprire i fondi pubblici destinati, in modo diretto o indiretto, ad esempio tramite intermediari specializzati quali agenzie pubblicitarie e fornitori di piattaforme di scambio pubblicitario. È inoltre necessario stabilire prescrizioni comuni relative alla pubblicazione di informazioni sui destinatari 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. È inoltre necessario che le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione o altre autorità o organismi indipendenti competenti negli Stati membri monitorino e riferiscano in merito all'allocazione di fondi pubblici per la pubblicità statale ai fornitori di servizi di media e ai fornitori di piattaforme online. Su richiesta delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione o di altre autorità o organismi competenti indipendenti, le autorità pubbliche e gli enti pubblici dovrebbero fornire loro le informazioni supplementari necessarie per valutare la completezza delle informazioni pubblicate e l'applicazione dei criteri e delle procedure utilizzati per l'allocazione di tali fondi. Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare l'applicazione delle norme dell'Unione in materia di appalti pubblici e aiuti di Stato.

- (74) La Commissione dovrebbe garantire che i rischi per il funzionamento del mercato interno dei servizi di media siano monitorati in modo indipendente e costante nell'ambito degli sforzi per migliorare il funzionamento del mercato interno dei servizi di media («esercizio di monitoraggio»). L'esercizio di monitoraggio dovrebbe essere finalizzato a fornire dati dettagliati e valutazioni qualitative, anche per quanto riguarda il grado di concentrazione del mercato dei media a livello nazionale e regionale e i rischi di manipolazione delle informazioni e di ingerenze da parte di attori stranieri. Dovrebbe essere condotto in modo indipendente da un ente accademico specializzato in collaborazione con ricercatori degli Stati membri, sulla base di un solido elenco di indicatori chiave di prestazione e di garanzie metodologiche. La Commissione, in consultazione con il comitato, dovrebbe sviluppare e aggiornare regolarmente tali indicatori chiave di prestazione e le garanzie metodologiche. Data la natura in rapida evoluzione dei rischi e degli sviluppi tecnologici nel mercato interno dei servizi di media, l'esercizio di monitoraggio dovrebbe valutare la vitalità economica prospettica del mercato interno dei servizi di media, al fine di 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, l'esercizio di 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, la posizione dei fornitori di servizi di media nell'ambiente digitale, e la trasparenza e l'equità nell'allocazione delle risorse economiche nel mercato interno dei servizi di media. L'esercizio di monitoraggio dovrebbe inoltre considerare le tendenze più ampie sia del mercato interno dei servizi di media sia dei mercati nazionali dei media, e il diritto nazionale che interessa i fornitori di servizi di media. L'esercizio di monitoraggio dovrebbe inoltre fornire una panoramica generale delle misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali, comprese quelle di cui alla raccomandazione [(UE) 2022/1634, nonché un'analisi del loro potenziale di riduzione dei rischi per il funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Per garantire gli standard più elevati dell'esercizio di monitoraggio, il comitato dovrebbe essere debitamente coinvolto in tale esercizio, in quanto riunisce entità con competenze specifiche nel mercato dei media. Inoltre, se del caso, l'esercizio di monitoraggio dovrebbe tenere conto dei risultati della piattaforma del Consiglio d'Europa per rafforzare la protezione del giornalismo e la sicurezza dei giornalisti e del meccanismo MEDIA Freedom Rapid Response, data la loro efficacia nell'individuare i rischi o le minacce per i giornalisti e i fornitori di servizi di media che possono incidere anche sul mercato interno dei servizi di media.
- (75) È opportuno ricordare che la Commissione ha il dovere di monitorare l'applicazione del presente regolamento in conformità della sua responsabilità ai sensi dell'articolo 17 TUE. A tale riguardo, nella sua comunicazione del 19 gennaio 2017 dal titolo «Diritto dell'Unione europea: risultati migliori attraverso una migliore applicazione», la Commissione ha sottolineato l'importanza di mirare e rendere prioritari i propri sforzi di attuazione sulle violazioni più significative della legislazione dell'Unione che incidono sugli interessi di cittadini e imprese.
- (76) Poiché l'obiettivo 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 avere o potrebbero non avere incentivi per conseguire l'armonizzazione e la cooperazione necessarie agendo da soli ma, a motivo 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, può essere conseguito meglio a livello di Unione, quest'ultima può intervenire in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 TUE. Il presente regolamento si limita a quanto è necessario per conseguire tale obiettivo in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo.

- (77) Il presente regolamento rispetta i diritti fondamentali e osserva i principi riconosciuti 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, la libertà editoriale o la libertà di stampa sancite dal diritto costituzionale nazionale coerenti con la Carta, né come un incentivo per gli Stati membri a introdurre prescrizioni circa il contenuto editoriale delle pubblicazioni di carattere giornalistico.
- (78) Conformemente all'articolo 42, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²¹⁾, è stato consultato il Garante europeo della protezione dei dati, che ha espresso il suo parere l'11 novembre 2022⁽²²⁾,

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 e istituisce il comitato europeo per i servizi di media, salvaguardando nel contempo l'indipendenza e il pluralismo 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 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²³⁾;
 - c) regolamento (UE) 2019/1150;
 - d) regolamento (UE) 2022/2065;
 - e) regolamento (UE) 2022/1925;
 - f) regolamento (UE) 2024/900 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²⁴⁾;
 - g) regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²⁵⁾.
3. Il presente regolamento non pregiudica la possibilità per gli Stati membri di adottare norme più dettagliate o più rigorose negli ambiti di cui al capo II, al capo III, sezione 5, e all'articolo 25, purché tali norme garantiscano un livello più elevato di protezione del pluralismo dei media o dell'indipendenza editoriale a norma del presente regolamento e 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 TFUE, ove l'obiettivo principale del servizio stesso, o di una sua sezione distinguibile, sia la fornitura di programmi o di pubblicazioni di carattere giornalistico, sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media, al grande pubblico, mediante qualsiasi mezzo, al fine di informare, intrattenere o istruire;

⁽²¹⁾ 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).

⁽²²⁾ GU C 487 del 22.12.2022, pag. 9.

⁽²³⁾ 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).

⁽²⁴⁾ Regolamento (UE) 2024/900 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 marzo 2024, relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica (GU L, 2024/900, 20.3.2024, ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj>).

⁽²⁵⁾ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

- 2) «fornitore di servizi di media»: persona fisica o giuridica la cui attività professionale consiste nella fornitura di servizi di media, che detiene la responsabilità editoriale della scelta dei contenuti del servizio di media, di cui determina le modalità di organizzazione;
- 3) «fornitore di media di servizio pubblico»: fornitore di servizi di media al quale è affidato una missione di servizio pubblico ai sensi del diritto nazionale e 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 di carattere giornalistico quale definita all'articolo 2, punto 4), della direttiva (UE) 2019/790;
- 6) «servizio di media audiovisivo»: servizio di media audiovisivo quale definito all'articolo 1, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2010/13/UE;
- 7) «decisione editoriale»: una decisione presa periodicamente al fine di esercitare la responsabilità editoriale e collegata alle attività quotidiane del fornitore di servizi di media;
- 8) «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 il servizio fornito;
- 9) «piattaforma online»: piattaforma online quale definita all'articolo 3, lettera i), del regolamento (UE) 2022/2065;
- 10) «fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi»: il fornitore di una piattaforma online concepita come piattaforma online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2022/2065;
- 11) «servizio di piattaforma per la condivisione di video»: servizio di piattaforma per la condivisione di video quale definito all'articolo 1, paragrafo 1, lettera a bis), della direttiva 2010/13/UE;
- 12) «fornitore di piattaforma per la condivisione di video»: un fornitore di piattaforma per la condivisione di video quale definito all'articolo 1, paragrafo 1, lettera d bis), della direttiva 2010/13/UE;
- 13) «autorità o organismo nazionale di regolamentazione»: qualsiasi autorità o organismo designato da uno Stato membro a norma dell'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE;
- 14) «interfaccia utente»: un servizio che controlla o gestisce l'accesso ai servizi di media che forniscono programmi e il loro utilizzo e che consente agli utenti di scegliere servizi di media o contenuti mediatici;
- 15) «concentrazione del mercato dei media»: una concentrazione quale definita all'articolo 3 del regolamento (CE) n. 139/2004 che interessa almeno un fornitore di servizi di media o un fornitore di una piattaforma online che fornisce accesso a contenuti mediatici;
- 16) «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 o degli utenti di contenuti sulle piattaforme online in vista di decisioni riguardanti l'allocazione della pubblicità, la fissazione dei prezzi, gli acquisti o le vendite o riguardanti la pianificazione o la distribuzione di contenuti;
- 17) «misurazione proprietaria dell'audience»: misurazione dell'audience che non rispetta le norme e le migliori pratiche settoriali concordate mediante meccanismi di autoregolamentazione;
- 18) «autorità pubblica o ente pubblico»: un governo nazionale o subnazionale, un'autorità o un organismo di regolamentazione o un ente controllato, direttamente o indirettamente, da un governo nazionale o subnazionale;
- 19) «pubblicità statale»: l'inserimento, la promozione, la pubblicazione o la diffusione, in qualsiasi servizio di media o piattaforma online, di un messaggio promozionale o autopromozionale o di un annuncio pubblico o di una campagna di informazione, di norma dietro pagamento o altro corrispettivo, da parte, a favore o per conto di qualsiasi autorità pubblica o ente pubblico;
- 20) «software di sorveglianza intrusiva»: 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, anche in modo indiscriminato;
- 21) «alfabetizzazione mediatica»: le competenze, le conoscenze e la comprensione che consentono ai cittadini di utilizzare i media in modo efficace e sicuro e che non si limitano all'apprendimento in materia di strumenti e tecnologie, ma mirano a dotare i cittadini delle capacità di pensiero critico necessarie per elaborare giudizi, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti.

CAPO II

DIRITTI E DOVERI DEI FORNITORI DI SERVIZI DI MEDIA E DEI DESTINATARI DEI SERVIZI DI MEDIA

Articolo 3

Diritto dei destinatari dei servizi di media

Gli Stati membri rispettano il diritto dei destinatari dei servizi di media di avere accesso a una pluralità di contenuti mediatici editorialmente indipendenti e garantiscono l'esistenza di condizioni quadro conformi al presente regolamento per salvaguardare tale diritto, a beneficio di un dibattito libero e democratico.

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 a norma del diritto dell'Unione.

2. Gli Stati membri rispettano le effettive libertà editoriale e indipendenza dei fornitori di servizi di media nell'esercizio delle loro attività professionali. Gli Stati membri, comprese le autorità e gli organismi nazionali di regolamentazione, non interferiscono con le politiche e le decisioni editoriali dei fornitori di servizi di media né tentano di influenzarle.

3. Gli Stati membri provvedono affinché le fonti giornalistiche e le comunicazioni riservate siano efficacemente protette. Essi si astengono dalle seguenti misure:

- a) obbligare i fornitori di servizi di media o il loro personale editoriale a divulgare informazioni concernenti fonti giornalistiche o comunicazioni riservate, o in grado di consentirne l'identificazione, oppure obbligare qualsiasi persona che, in virtù del suo rapporto regolare o professionale con un fornitore di servizi di media o con il relativo personale editoriale, possa disporre di tali informazioni a divulgarle;
- b) fermare, sanzionare, sottoporre a intercettazione o ispezionare i fornitori di servizi di media, o il loro personale editoriale o sottoporre tali soggetti o i relativi locali aziendali o privati a sorveglianza, o perquisizione e sequestro al fine di ottenere tali informazioni concernenti fonti giornalistiche o comunicazioni riservate, o in grado di consentirne l'identificazione, oppure fermare, sanzionare, sottoporre a intercettazione o ispezionare qualsiasi persona che, in virtù del suo rapporto regolare o professionale con un fornitore di servizi di media o con il relativo personale editoriale, possa disporre di tali informazioni o sottoporre tali soggetti o i relativi locali aziendali o privati a sorveglianza, o perquisizione e sequestro al fine di ottenere tali informazioni;
- c) utilizzare software di sorveglianza intrusiva su qualsiasi materiale, dispositivo, macchinario o strumento digitale utilizzato dai fornitori di servizi di media, dal loro personale editoriale o da qualsiasi persona che, in virtù del suo rapporto regolare o professionale con un fornitore di servizi di media o con il relativo personale editoriale, possa disporre di informazioni concernenti fonti giornalistiche, o in grado di consentirne l'identificazione, o concernenti comunicazioni riservate.

4. In deroga al paragrafo 3, lettere a) e b), del presente articolo, gli Stati membri possono adottare una misura ivi menzionata a condizione che essa:

- a) sia prevista dal diritto dell'Unione o nazionale;
- b) sia conforme all'articolo 52, paragrafo 1, della Carta e alle altre disposizioni del diritto dell'Unione;
- c) sia giustificata caso per caso da un motivo imperativo di interesse generale e sia proporzionata; e
- d) sia soggetta all'autorizzazione preventiva di un'autorità giudiziaria o di un'autorità decisionale indipendente e imparziale o, in casi eccezionali e urgenti debitamente giustificati, sia successivamente autorizzata da tale autorità senza indebito ritardo.

5. In deroga al paragrafo 3, lettera c), gli Stati membri possono utilizzare software di sorveglianza intrusiva, purché tale utilizzo

- a) sia effettuato in osservanza delle condizioni elencate al paragrafo 4; e
- b) sia effettuato ai fini delle indagini su una delle persone di cui al paragrafo 3, lettera c), per:
 - i) reati elencati all'articolo 2, paragrafo 2, della decisione quadro 2002/584/GAI punibili nello Stato membro interessato con una pena o una misura di sicurezza privative della libertà della durata massima di almeno tre anni; o

- ii) altri reati gravi punibili nello Stato membro interessato con una pena o una misura di sicurezza privative della libertà della durata massima di almeno cinque anni, secondo quanto stabilito dal diritto di tale Stato membro.

Gli Stati membri non adottano una delle misure di cui al paragrafo 3, lettera c), qualora una misura di cui alla lettera a) o b) di tale paragrafo sia adeguata e sufficiente per ottenere le informazioni richieste.

6. Gli Stati membri provvedono affinché le misure di sorveglianza di cui al paragrafo 3, lettera b), e l'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva di cui alla lettera c) di tale paragrafo siano periodicamente riesaminati da un'autorità giudiziaria o da un'autorità decisionale indipendente e imparziale al fine di determinare se continuano a sussistere le condizioni per il loro utilizzo.

7. La direttiva (UE) 2016/680 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²⁶⁾, comprese le garanzie in essa prevista come il diritto dell'interessato a ricevere informazioni e ad accedere ai dati personali oggetto del trattamento, si applicano a qualsiasi trattamento di dati personali effettuato nel contesto dell'utilizzo delle misure di sorveglianza di cui al paragrafo 3, lettera b), del presente articolo o dell'utilizzo di software di sorveglianza intrusiva di cui alla lettera c) di tale paragrafo.

8. Gli Stati membri assicurano ai fornitori di servizi di media, al loro personale editoriale, o a qualsiasi persona che, in virtù del suo rapporto regolare o professionale con un fornitore di servizi di media o con il relativo personale editoriale, possa disporre di informazioni concernenti fonti giornalistiche, o in grado di consentirne l'identificazione, o concernenti comunicazioni riservate, il diritto a una tutela giurisdizionale effettiva, in linea con l'articolo 47 della Carta, nei casi di violazione dei paragrafi da 3 a 7 del presente articolo.

Gli Stati membri incaricano un'autorità o un organismo indipendenti dotati delle competenze pertinenti di fornire assistenza alle persone di cui al primo comma nell'esercizio di tale diritto. In mancanza di siffatta autorità o organismo, le persone in questione possono chiedere l'assistenza di un organismo o di un meccanismo di autoregolamentazione.

9. Sono rispettate le responsabilità degli Stati membri stabilite nel TUE e nel TFUE.

Articolo 5

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

1. Gli Stati membri provvedono affinché i fornitori di media di servizio pubblico siano indipendenti dal punto di vista editoriale e funzionale e forniscano in modo imparziale una pluralità di informazioni e opinioni al loro pubblico, conformemente alla loro missione di servizio pubblico definita a livello nazionale in linea con il protocollo n. 29.

2. Gli Stati membri provvedono affinché le procedure per la nomina e il licenziamento del direttore o dei membri del consiglio di amministrazione dei fornitori di media di servizio pubblico siano finalizzate a garantire l'indipendenza dei fornitori di media di servizio pubblico.

Il direttore o i membri del consiglio di amministrazione dei fornitori di media di servizio pubblico sono nominati in base a procedure trasparenti, aperte, efficaci e non discriminatorie e su criteri trasparenti, oggettivi, non discriminatori e proporzionati stabiliti in anticipo a livello nazionale. La durata del loro mandato è sufficiente a garantire l'effettiva indipendenza dei fornitori di media di servizio pubblico.

Le decisioni in merito al licenziamento del direttore o dei membri del consiglio di amministrazione dei fornitori di media di servizio pubblico prima della fine del loro mandato sono debitamente giustificate, possono essere adottate solo in via eccezionale qualora essi non soddisfino più le condizioni richieste per l'esercizio delle loro funzioni conformemente a criteri stabiliti in anticipo a livello nazionale, sono preventivamente notificate alle persone interessate e prevedono la possibilità di un ricorso giurisdizionale.

3. Gli Stati membri provvedono affinché le procedure di finanziamento dei fornitori di media di servizio pubblico si basino su criteri trasparenti e oggettivi stabiliti in anticipo. Tali procedure di finanziamento garantiscono che i fornitori di media di servizio pubblico dispongano di risorse finanziarie adeguate, sostenibili e prevedibili corrispondenti all'adempimento della loro missione di servizio pubblico e alla capacità di sviluppo nell'ambito di tale missione. Tali risorse finanziarie sono tali da salvaguardare l'indipendenza editoriale dei fornitori di media di servizio pubblico.

⁽²⁶⁾ Direttiva (UE) 2016/680 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativa alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali da parte delle autorità competenti a fini di prevenzione, indagine, accertamento e perseguimento di reati o esecuzione di sanzioni penali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la decisione quadro 2008/977/GAI del Consiglio (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 89).

4. Gli Stati membri designano una o più autorità o organismi indipendenti o istituiscono meccanismi liberi da influenze politiche da parte dei governi al fine di monitorare l'applicazione dei paragrafi 1, 2 e 3. I risultati di tale monitoraggio sono resi pubblici.

Articolo 6

Doveri dei fornitori di servizi di media

1. I fornitori di servizi di media rendono facilmente e direttamente accessibili ai destinatari dei loro servizi informazioni aggiornate concernenti:

- a) la ragione sociale o le ragioni sociali 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, compresa la proprietà diretta o indiretta da parte di uno Stato o di un'autorità pubblica o un ente pubblico;
- c) il nome o i nomi del titolare o dei titolari effettivi quali definiti all'articolo 3, punto 6), della direttiva (UE) 2015/849;
- d) l'importo totale annuo dei fondi pubblici per la pubblicità statale loro allocata e l'importo totale annuo degli introiti pubblicitari provenienti da autorità pubbliche o enti pubblici di paesi terzi.

2. Gli Stati membri incaricano le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione o altre autorità o organismi competenti di istituire banche dati nazionali sulla proprietà dei media contenenti le informazioni di cui al paragrafo 1.

3. Fatto salvo il diritto costituzionale nazionale coerente con la Carta, i fornitori di servizi di media che forniscono notizie e contenuti di attualità adottano le misure che ritengono appropriate al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali. In particolare, tali misure mirano a garantire:

- a) che le decisioni editoriali possano essere adottate liberamente nell'ambito della linea editoriale stabilita del fornitore di servizi di media interessato; e
- b) che qualsiasi conflitto di interessi, effettivo o potenziale, che possa influenzare la fornitura di notizie e contenuti di attualità sia comunicato.

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 provvedono, se del caso, in consultazione o coordinamento con altre autorità o altri organismi pertinenti o, ove applicabile, con gli organismi di autoregolamentazione dei rispettivi Stati membri, all'applicazione del presente capo.

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 all'espletamento delle mansioni 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 espletare le mansioni loro assegnate ai sensi del presente regolamento.

4. Ove necessario per l'espletamento delle mansioni loro assegnate ai sensi del presente regolamento, gli Stati membri provvedono affinché le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione siano autorizzati a chiedere alle persone seguenti di fornire, entro un periodo ragionevole, le informazioni e i dati proporzionati e necessari per l'espletamento delle mansioni di cui al presente capo:

- a) alle persone fisiche o giuridiche alle quali si applica il presente capo; e
- b) a qualsiasi altra persona fisica o giuridica che, per fini connessi alla sua attività commerciale o professionale, possa ragionevolmente essere in possesso di tali informazioni e dati.

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 («comitato»).
2. Il comitato sostituisce il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi (ERGA) istituito dall'articolo 30 *ter* della 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 del presente regolamento.

Articolo 10

Struttura del comitato

1. Il comitato è composto da rappresentanti delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione.
2. Ciascun membro del comitato dispone di un voto.
3. Il comitato adotta decisioni a maggioranza di due terzi dei suoi membri con diritto di voto.
4. Qualora in uno Stato membro vi siano più autorità o organismi nazionali di regolamentazione, tali autorità o organismi nazionali di regolamentazione si coordinano tra loro quando necessario e nominano un rappresentante comune. Il rappresentante comune esercita il diritto di voto.
5. Il comitato elegge un presidente e un vicepresidente fra i suoi membri. Il mandato del presidente ha una durata di un anno, rinnovabile una volta. Il comitato può istituire un gruppo direttivo. Il comitato è rappresentato dal suo presidente.
6. La Commissione designa un rappresentante per il comitato. Il rappresentante della Commissione partecipa alle deliberazioni del comitato, senza diritto di voto. Il presidente del comitato tiene informata la Commissione sulle attività del comitato.
7. Il comitato può invitare esperti e, d'intesa con la Commissione, osservatori permanenti a partecipare alle sue riunioni.
8. Il comitato adotta il proprio regolamento interno in consultazione con la Commissione. Il regolamento interno comprende le modalità per la prevenzione e la gestione dei conflitti di interessi dei membri del comitato.

Articolo 11

Segretariato del comitato

1. Il comitato è assistito da un segretariato. La Commissione mette a disposizione il segretariato, tenendo conto delle esigenze indicate dal comitato stesso. Il segretariato dispone di risorse adeguate per lo svolgimento delle sue funzioni.
2. Il compito principale del segretariato consiste nel contribuire all'espletamento indipendente delle funzioni del comitato stabilite dal presente regolamento e dalla direttiva 2010/13/UE. Il segretariato agisce esclusivamente in base alle istruzioni del comitato per quanto riguarda le sue funzioni ai sensi del presente regolamento.
3. Il segretariato fornisce sostegno amministrativo e organizzativo al comitato per quanto riguarda le sue attività. Il segretariato assiste inoltre in modo sostanziale il comitato nello svolgimento delle sue funzioni.

Articolo 12

Meccanismo di consultazione

1. Qualora esaminino questioni che esulano dal settore dei media audiovisivi, il comitato consulta i rappresentanti dei pertinenti settori dei media che operano a livello dell'Unione o nazionale.

2. Il comitato stabilisce nel suo regolamento interno le modalità per condurre le consultazioni di cui al paragrafo 1. Tali modalità garantiscono la possibilità di coinvolgere più rappresentanti, se del caso.
3. Ove possibile, il comitato rende disponibili al pubblico i risultati delle consultazioni di cui al paragrafo 1.

Articolo 13

Funzioni del comitato

1. Fatti salvi i poteri conferiti alla Commissione dai trattati, il comitato fornisce consulenza e sostegno alla Commissione sulle questioni relative ai servizi di media di competenza del comitato e promuove l'applicazione del presente capo e l'attuazione coerente ed efficace della direttiva 2010/13/UE in tutta l'Unione. Pertanto, il comitato:
 - a) fornisce alla Commissione competenze tecniche per quanto riguarda la sua funzione di garantire l'applicazione coerente ed efficace del presente capo e l'attuazione della direttiva 2010/13/UE in tutti gli Stati membri, fatte salve le mansioni delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione;
 - b) promuove la cooperazione e lo scambio efficace di informazioni, esperienze e migliori pratiche 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) 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;
 - d) in consultazione con la Commissione, elabora pareri in merito a:
 - i) richieste di cooperazione tra autorità o organismi nazionali di regolamentazione, ai sensi dell'articolo 14, paragrafo 5, 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, comprese le azioni raccomandate, ai sensi dell'articolo 15, paragrafo 3, del presente regolamento;
 - iii) misure nazionali relative ai servizi di media provenienti dall'esterno dell'Unione, conformemente all'articolo 17, paragrafo 2, del presente regolamento;
 - e) su richiesta di un fornitore di servizi di media con cui un fornitore di una piattaforma online di grandi dimensioni ha avviato un dialogo a norma dell'articolo 18, paragrafo 6, del presente regolamento, redige pareri sull'esito di tale dialogo;
 - f) di propria iniziativa, su richiesta della Commissione o su richiesta debitamente giustificata e motivata di un fornitore di servizi di media interessato individualmente e direttamente, elabora pareri in merito a misure normative o amministrative che possono incidere in modo significativo sul funzionamento dei fornitori di servizi di media nel mercato interno dei servizi di media, conformemente all'articolo 21, paragrafo 4, del presente regolamento;
 - g) elabora pareri sui progetti di valutazioni o sui progetti di pareri delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione, ai sensi dell'articolo 22, paragrafo 5, del presente regolamento;
 - h) di propria iniziativa o su richiesta della Commissione, elabora pareri in merito alle concentrazioni del mercato dei media che possono incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, conformemente all'articolo 23, paragrafo 1, del presente regolamento;
 - i) assiste la Commissione nell'elaborazione di orientamenti relativi:
 - i) all'applicazione del presente regolamento e all'attuazione della direttiva 2010/13/UE, conformemente all'articolo 16, paragrafo 2, del presente regolamento;
 - ii) agli elementi di cui all'articolo 22, paragrafo 2, lettere a), b) e c), del presente regolamento, conformemente al paragrafo 3 di tale articolo;
 - iii) all'applicazione dell'articolo 24, paragrafi 1, 2 e 3, del presente regolamento, ai sensi del paragrafo 4 di tale articolo;
 - j) su richiesta di almeno una delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione interessati, funge da Mediatore in caso di disaccordo tra autorità o organismi nazionali di regolamentazione, conformemente all'articolo 15, paragrafo 3, del presente regolamento;
 - k) promuove la cooperazione sulle norme armonizzate relative alla progettazione di dispositivi o interfacce utente o ai segnali digitali trasmessi da tali dispositivi, conformemente all'articolo 20, paragrafo 5, del presente regolamento;

- l) coordina le pertinenti misure delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione interessati concernenti la diffusione dei contenuti di servizi di media provenienti dall'esterno dell'Unione che si rivolgono al pubblico dell'Unione o lo raggiungono, o l'accesso a detti contenuti, qualora tali servizi di media pregiudichino o presentino un rischio grave e serio di pregiudicare la sicurezza pubblica, conformemente all'articolo 17, paragrafo 1, del presente regolamento ed elabora, in consultazione con la Commissione, una serie di criteri di cui al paragrafo 4 di tale articolo;
- m) 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 di tale dialogo alla Commissione, conformemente all'articolo 19 del presente regolamento;
- n) promuove lo scambio delle migliori pratiche relative all'utilizzo dei sistemi di misurazione dell'audience, in conformità dell'articolo 24, paragrafo 5, del presente regolamento;
- o) scambia esperienze e migliori pratiche in materia di alfabetizzazione mediatica, anche per promuovere lo sviluppo e l'uso di misure e strumenti efficaci per rafforzare l'alfabetizzazione mediatica;
- p) redige una relazione annuale dettagliata sulle sue attività e funzioni.

Il comitato rende disponibile al pubblico la relazione annuale di cui al primo comma, lettera p). Su richiesta, il presidente presenta tale relazione al Parlamento europeo.

2. Qualora chiedi consulenza o un parere al comitato, la Commissione può indicare un termine, salvo disposizione contraria del diritto dell'Unione, tenendo conto dell'urgenza della questione.

3. Il comitato trasmette i suoi lavori al comitato di contatto istituito dall'articolo 29, paragrafo 1, della direttiva 2010/13/UE («comitato di contatto»).

SEZIONE 3

Cooperazione e convergenza normativa

Articolo 14

Cooperazione strutturata

1. Un'autorità o un organismo nazionale di regolamentazione («autorità richiedente») può richiedere in qualsiasi momento a una o più delle altre autorità o organismi nazionali di regolamentazione («autorità interpellate») di cooperare con l'autorità richiedente, incluso mediante lo scambio di informazioni o assistenza reciproca, ai fini dell'applicazione coerente ed efficace del presente capo o dell'attuazione della direttiva 2010/13/UE.

2. La richiesta di cooperazione contiene tutte le informazioni necessarie ad essa inerenti, tra cui le finalità e motivazioni della richiesta di cooperazione.

3. L'autorità interpellata può rifiutarsi di dare seguito alla richiesta di cooperazione solo nei casi seguenti:

- a) qualora non sia competente nel merito della richiesta di cooperazione per fornire il tipo di cooperazione richiesta;
- b) nel caso in cui dando seguito alla richiesta di cooperazione si violerebbe il presente regolamento, la direttiva 2010/13/UE o qualsiasi altra normativa dell'Unione o nazionale conforme al diritto dell'Unione e alla quale è soggetta l'autorità interpellata;
- c) qualora la portata o l'oggetto della richiesta di cooperazione non siano stati debitamente giustificati o siano sproporzionati.

L'autorità interpellata motiva, senza indebito ritardo, l'eventuale rifiuto di dare seguito a una richiesta di cooperazione. Nei casi di cui l'autorità interpellata abbia rifiutato la richiesta di cooperazione di cui al primo comma, lettera a), essa indica, ove possibile, l'autorità competente.

4. L'autorità interpellata fa il possibile per dare seguito e rispondere alla richiesta di cooperazione senza indebito ritardo e fornisce aggiornamenti periodici sull'avanzamento nell'esecuzione della richiesta.

5. Se ritiene che l'autorità richiedente non abbia dato seguito o non abbia risposto alla sua richiesta di cooperazione in modo sufficiente, l'autorità richiedente ne informa l'autorità interpellata senza indebito ritardo, spiegando i motivi della sua posizione. Se l'autorità richiedente e l'autorità interpellata non raggiungono un accordo in merito alla richiesta di cooperazione, ciascuna autorità può sottoporre la questione al comitato. Conformemente alle scadenze stabilite dal comitato nel suo regolamento interno, il comitato emette, in consultazione con la Commissione, un parere sulla questione comprensivo di una serie di azioni raccomandate. Le autorità interessate fanno il possibile per tenere conto del parere del comitato.

6. Se un'autorità richiedente ritiene che sussista un rischio serio e grave di limitazione della libertà di fornire o ricevere servizi di media nel mercato interno o un rischio serio e grave di pregiudizio alla sicurezza pubblica, può presentare una richiesta a un'autorità interpellata affinché fornisca una cooperazione accelerata, garantendo nel contempo il rispetto dei diritti fondamentali, in particolare della libertà di espressione, anche ai fini di assicurare l'effettiva applicazione delle misure nazionali di cui all'articolo 3 della direttiva 2010/13/UE. L'autorità interpellata risponde alle richieste di cooperazione accelerata e fa il possibile per darvi seguito entro 14 giorni di calendario.

I paragrafi 2, 3 e 5 del presente articolo si applicano *mutatis mutandis* alle richieste di cooperazione accelerata.

7. Il comitato definisce nel suo regolamento interno gli ulteriori dettagli sulla procedura relativa alla cooperazione strutturata di cui al presente articolo.

Articolo 15

Richieste di applicazione degli obblighi dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video

1. Fatto salvo l'articolo 3 della direttiva 2000/31/CE, un'autorità richiedente può presentare una richiesta debitamente motivata a un'autorità interpellata competente per trattare l'oggetto della richiesta affinché adotti misure necessarie e proporzionate per l'effettiva applicazione degli obblighi imposti ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video ai sensi dell'articolo 28 *ter*, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2010/13/UE.

2. L'autorità interpellata informa, senza indebito ritardo, l'autorità richiedente delle azioni adottate o che prevede di adottare o dei motivi per i quali non ha adottato azioni a seguito di una richiesta di applicazione di cui al paragrafo 1. Il comitato stabilisce le scadenze a tal fine nel proprio regolamento interno.

3. In caso di disaccordo tra l'autorità richiedente e l'autorità interpellata in merito alle azioni adottate o pianificate o alla mancata adozione di azioni in seguito a una richiesta di applicazione a norma del paragrafo 1, ciascuna autorità può sottoporre la questione al comitato per una mediazione al fine di giungere a una soluzione amichevole.

Qualora non si giunga a una soluzione amichevole in seguito alla mediazione del comitato, l'autorità richiedente o l'autorità interpellata può chiedere al comitato di emettere un parere sulla questione. Con tale parere il comitato valuta se la richiesta di applicazione di cui al paragrafo 1 abbia ricevuto un seguito sufficiente. Se ritiene che l'autorità interpellata non abbia dato seguito in misura sufficiente alla richiesta di applicazione, il comitato raccomanda le azioni da adottare affinché ciò avvenga. Il comitato emette il proprio parere, in consultazione con la Commissione, senza indebito ritardo.

4. Dopo il ricevimento del parere di cui al paragrafo 3, secondo comma, l'autorità interpellata, senza indebito ritardo ed entro le scadenze stabilite dal comitato nel suo regolamento interno, informa il comitato, la Commissione e l'autorità richiedente delle azioni adottate o pianificate in relazione al parere.

Articolo 16

Orientamenti in materia di regolamentazione dei media

1. Il comitato promuove lo scambio di migliori pratiche tra le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, consultando eventualmente i portatori di interessi, sugli aspetti normativi, tecnici o pratici pertinenti all'applicazione coerente ed efficace del presente capo e all'attuazione della direttiva 2010/13/UE.

2. Qualora la Commissione emetta orientamenti relativi all'applicazione del presente regolamento o all'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 e dall'articolo 6, paragrafo 1, del presente regolamento.

Qualora elabori orientamenti relativi all'attuazione della direttiva 2010/13/UE, la Commissione consulta il comitato di contatto.

3. Qualora la Commissione emetta un parere su una questione relativa all'applicazione del presente regolamento o all'attuazione della direttiva 2010/13/UE, il comitato assiste la Commissione.

*Articolo 17***Coordinamento delle misure relative ai servizi di media provenienti dall'esterno dell'Unione**

1. Fatto salvo l'articolo 3 della direttiva 2010/13/UE, il comitato, su richiesta delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione di almeno due Stati membri, coordina le pertinenti misure delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione interessati relative alla diffusione di servizi di media, o all'accesso agli stessi, provenienti dall'esterno dell'Unione o offerti da fornitori di servizi di media stabiliti al di fuori dell'Unione che, indipendentemente dai loro mezzi di distribuzione o di accesso, si rivolgono al pubblico dell'Unione o lo raggiungono qualora, anche in considerazione del controllo che potrebbe 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.
2. Il comitato, in consultazione con la Commissione, può emettere pareri sulle misure appropriate di cui al paragrafo 1. Fatti salvi i poteri attribuiti loro dal diritto nazionale, le autorità nazionali competenti interessate, comprese le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione, fanno il possibile per tenere conto dei pareri del comitato.
3. Gli Stati membri provvedono affinché alle autorità o agli organismi nazionali di regolamentazione interessati non sia preclusa la possibilità di tenere conto di un parere emesso dal comitato a norma del paragrafo 2 nel valutare la possibilità di adottare misure di cui al paragrafo 1 nei confronti di un fornitore di servizi di media.
4. Il comitato, in consultazione con la Commissione, elabora una serie di criteri che le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione possono utilizzare nell'esercizio dei loro poteri normativi nei confronti dei fornitori di servizi di media di cui al paragrafo 1. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione fanno il possibile per tenere conto di tali criteri.

SEZIONE 4

Fornitura di servizi di media in ambiente digitale e accesso agli stessi*Articolo 18***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:
 - a) dichiarare che sono fornitori di servizi di media;
 - b) dichiarare che sono conformi all'articolo 6, paragrafo 1;
 - c) dichiarare che sono editorialmente indipendenti da Stati membri, partiti politici, paesi terzi ed entità controllate o finanziate da paesi terzi;
 - d) dichiarare che sono soggetti a prescrizioni normative per l'esercizio della responsabilità editoriale in uno o più Stati membri e alla supervisione di un'autorità o di un organismo competente nazionale di regolamentazione, o aderiscono a un meccanismo di coregolamentazione o autoregolamentazione che disciplina le norme editoriali, ampiamente riconosciuto e accettato nel pertinente settore dei media in uno o più Stati membri;
 - e) dichiarare che non forniscono contenuti generati da sistemi di intelligenza artificiale senza sottoporre tali contenuti al riesame umano e al controllo editoriale;
 - f) fornire la ragione sociale e i dati di contatto, compreso un indirizzo di posta elettronica, attraverso i quali il fornitore della piattaforma online di dimensioni molto grandi può comunicare rapidamente e direttamente con loro; e
 - g) fornire i dati di contatto delle autorità o degli organismi nazionali di regolamentazione competenti o dei rappresentanti dei meccanismi di coregolamentazione o di autoregolamentazione di cui alla lettera d).

In caso di ragionevole dubbio circa la conformità del fornitore di servizi di media al primo comma, lettera d), il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi chiede conferma in merito all'autorità o all'organismo nazionale di regolamentazione competente o al pertinente meccanismo di coregolamentazione o di autoregolamentazione.

2. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi provvedono affinché le informazioni dichiarate a norma del paragrafo 1, ad eccezione delle informazioni di cui al paragrafo 1, primo comma, lettera f), siano rese disponibili al pubblico in modo facilmente accessibile sulla loro interfaccia online.
3. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi confermano di aver ricevuto le dichiarazioni presentate a norma del paragrafo 1 e forniscono i loro dati di contatto, compreso un indirizzo di posta elettronica, attraverso i quali il fornitore di servizi di media può comunicare direttamente e rapidamente con loro.

I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi indicano senza indebito ritardo se accettano o rifiutano le dichiarazioni presentate a norma del paragrafo 1.

4. Il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi che intenda adottare la decisione 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 o la decisione di limitare la visibilità di tali contenuti, sulla base del fatto che tali contenuti sono incompatibili con i propri termini e condizioni, provvede, prima che tale decisione di sospendere o limitare la visibilità abbia effetto, a:

- a) comunicare al fornitore di servizi di media in questione la motivazione, a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2019/1150 e dell'articolo 17 del regolamento (UE) 2022/2065 della decisione prevista di sospendere o limitare la visibilità; e
- b) dare al fornitore di servizi di media la possibilità di rispondere alla motivazione di cui al primo comma, lettera a), del presente paragrafo, entro 24 ore dalla sua ricezione o, in caso di crisi di cui all'articolo 36, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2022/2065, entro un termine più breve che gli conceda tempo sufficiente per rispondere in modo significativo.

Se, a seguito o in assenza di una risposta di cui al primo comma, lettera b), il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi decide di sospendere o limitare la visibilità, ne informa senza indebito ritardo il fornitore di servizi di media interessato.

Il presente paragrafo non si applica se i fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi sospendono la fornitura dei propri servizi in relazione a contenuti forniti da un fornitore di servizi di media o limitano la visibilità di tali contenuti conformemente ai loro obblighi a norma degli articoli 28, 34 e 35 del regolamento (UE) 2022/2065 e dell'articolo 28 *ter* della direttiva 2010/13/UE o agli obblighi relativi ai contenuti illegali che incombono loro in forza del diritto dell'Unione.

5. I fornitori di piattaforme online di dimensioni molto grandi adottano tutte le misure tecniche e organizzative necessarie per garantire che i reclami presentati dai fornitori di servizi di media a norma dell'articolo 11 del regolamento (UE) 2019/1150 o dell'articolo 20 del regolamento (UE) 2022/2065 siano trattati e risolti in via prioritaria e senza indebito ritardo. Il fornitore di servizi di media può essere rappresentato da un organismo nella procedura di reclamo interna di cui a tali articoli.

6. 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 ripetutamente la fornitura dei propri servizi in relazione ai contenuti forniti dal fornitore di servizi di media senza motivi sufficienti, il fornitore di una 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 entro un lasso di tempo ragionevole una soluzione amichevole per porre fine a limitazioni o sospensioni ingiustificate ed evitarle in futuro. Il fornitore di servizi di media può comunicare l'esito e i dettagli di tale dialogo al comitato e alla Commissione. Il fornitore di servizi di media può chiedere al comitato di emettere un parere sull'esito di tale dialogo, comprese, se del caso, azioni raccomandate per il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi. Il comitato comunica il proprio parere alla Commissione.

7. Qualora un fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi respinga o invalidi una dichiarazione di un fornitore di servizi di media presentata a norma del paragrafo 1 del presente articolo o qualora non sia stata trovata una soluzione amichevole a seguito di un dialogo a norma del paragrafo 6 del presente articolo, il fornitore di servizi di media interessato può ricorrere alla mediazione di cui all'articolo 12 del regolamento (UE) 2019/1150 o alla risoluzione extragiudiziale delle controversie a norma dell'articolo 21 del regolamento (UE) 2022/2065. Il fornitore di servizi di media interessato può comunicare al comitato l'esito di tale mediazione o risoluzione extragiudiziale.

8. Il fornitore di una piattaforma online di dimensioni molto grandi rende disponibili al pubblico, con cadenza annuale, informazioni dettagliate riguardanti:

- a) il numero di casi in cui ha imposto limitazioni o sospensioni perché i contenuti forniti da un fornitore di servizi di media che ha presentato una dichiarazione conformemente al paragrafo 1 sono incompatibili con i termini e le condizioni del fornitore;
- b) i motivi per cui ha imposto tali limitazioni o sospensioni, comprese le clausole specifiche contenute nei termini e nelle condizioni del fornitore con cui i contenuti dei fornitori di servizi di media sono stati ritenuti incompatibili;
- c) il numero di dialoghi con i fornitori di servizi di media a norma del paragrafo 6;
- d) il numero di casi in cui ha respinto le dichiarazioni presentate da un fornitore di servizi di media a norma del paragrafo 1 e i relativi motivi;

- e) il numero di casi in cui ha invalidato una dichiarazione presentata da un fornitore di servizi di media a norma del paragrafo 1 e i relativi motivi.
9. Al fine di agevolare l'attuazione coerente ed efficace del presente articolo, la Commissione pubblica orientamenti per agevolare l'attuazione efficace della funzionalità di cui al paragrafo 1.

Articolo 19

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 al fine di:
- a) discutere delle esperienze e delle migliori pratiche relativamente all'applicazione dell'articolo 18, anche per quanto riguarda il funzionamento delle piattaforme online di dimensioni molto grandi e i loro processi di moderazione per i contenuti forniti da fornitori di servizi di media;
 - b) promuovere l'accesso a offerte diversificate di media indipendenti su piattaforme online di dimensioni molto grandi; e
 - c) monitorare l'adesione alle iniziative di autoregolamentazione volte a proteggere gli utenti da contenuti nocivi, come la disinformazione o la manipolazione delle informazioni e le ingerenze da parte di attori stranieri.
2. Il comitato riferisce alla Commissione in merito ai risultati dei dialoghi strutturati di cui al paragrafo 1. Ove possibile, il comitato rende disponibili al pubblico i risultati di tali dialoghi strutturati.

Articolo 20

Diritto alla personalizzazione dell'offerta di media

1. Gli utenti hanno il diritto di modificare facilmente la configurazione, comprese le impostazioni predefinite, di qualsiasi dispositivo o interfaccia utente che controlla o gestisce l'accesso ai servizi di media che forniscono programmi e il loro utilizzo, al fine di personalizzare l'offerta di media in linea ai loro interessi o preferenze in applicazione del diritto dell'Unione. Il presente paragrafo non pregiudica le misure nazionali di attuazione degli articoli 7 *bis* o 7 *ter* della direttiva 2010/13/UE.
2. Quando immettono sul mercato i dispositivi e le interfacce utente di cui al paragrafo 1, i fabbricanti, gli sviluppatori e gli importatori fanno in modo che tali dispositivi e interfacce utente includano una funzionalità che consenta agli utenti di modificare liberamente e facilmente, in qualsiasi momento, la loro configurazione, comprese le impostazioni predefinite che controllano o gestiscono l'accesso ai servizi di media offerti e il loro utilizzo.
3. I fabbricanti, gli sviluppatori e gli importatori dei dispositivi e delle interfacce utente di cui al paragrafo 1 garantiscono che l'identità visiva dei fornitori di servizi di media, ai cui servizi tali dispositivi e interfacce utente danno accesso, sia costantemente e chiaramente visibile agli utenti.
4. Gli Stati membri adottano misure adeguate per garantire che i fabbricanti, gli sviluppatori e gli importatori di dispositivi e di interfacce utente di cui al paragrafo 1 rispettino i paragrafi 2 e 3.
5. Il comitato promuove la cooperazione tra i fornitori di servizi di media, gli organismi di normazione o qualsiasi altro portatore di interessi pertinente al fine di promuovere lo sviluppo di norme armonizzate relative alla progettazione di dispositivi o interfacce utente di cui al paragrafo 1 o ai segnali digitali trasmessi da tali dispositivi.

SEZIONE 5

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

Articolo 21

Misure nazionali che incidono sui fornitori di servizi di media

1. Le misure legislative, normative o amministrative adottate da uno Stato membro che possano incidere sul pluralismo dei media o sull'indipendenza editoriale dei fornitori di servizi di media che operano nel mercato interno sono debitamente giustificate e proporzionate. Tali misure sono motivate, trasparenti, oggettive e non discriminatorie.
2. Qualsiasi procedura nazionale utilizzata ai fini dell'adozione di una misura amministrativa di cui al paragrafo 1 segue scadenze stabilite in anticipo. Tali procedure sono condotte senza indebito ritardo.

3. Qualsiasi fornitore di servizi di media soggetto a una misura normativa o amministrativa di cui al paragrafo 1 che lo riguarda individualmente e direttamente ha il diritto di presentare ricorso contro tale misura dinanzi a un organo di appello. Tale organo, che può essere un organo giurisdizionale, 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 in modo tempestivo.

4. Qualora una misura normativa o amministrativa di cui al paragrafo 1 possa incidere in modo significativo sulle attività dei fornitori di servizi di media nel mercato interno, il comitato elabora un parere sulla misura, di propria iniziativa, su richiesta della Commissione o su richiesta debitamente giustificata e motivata di un fornitore di servizi di media interessato individualmente e direttamente da tale misura. Fatti salvi i relativi poteri a norma dei trattati, la Commissione può emettere il proprio parere in materia. Il comitato e la Commissione rendono disponibili al pubblico i loro pareri.

5. Ai fini dell'elaborazione di un parere a norma del paragrafo 4, il comitato e, se del caso, la Commissione, possono chiedere informazioni pertinenti a un'autorità o a un organismo nazionale che ha adottato una misura normativa o amministrativa di cui al paragrafo 1 che riguarda, individualmente e direttamente, un fornitore di servizi di media. L'autorità o l'organismo nazionale interessato fornisce tali informazioni senza indebito ritardo per via elettronica.

Articolo 22

Valutazione delle concentrazioni del mercato dei media

1. Nel diritto nazionale gli Stati membri stabiliscono norme sostanziali e procedurali che consentono 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 coinvolte in tale concentrazione del mercato dei media di notificare preventivamente la concentrazione alle autorità o agli organismi nazionali competenti o di fornire a tali autorità o organismi poteri adeguati per ottenere da tali parti le informazioni necessarie per valutare la concentrazione;
- c) designano le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione quali i responsabili della valutazione o garantiscono il loro coinvolgimento sostanziale nella valutazione;
- d) stabiliscono in anticipo criteri oggettivi, non discriminatori e proporzionati per la notifica di tali concentrazioni del mercato dei media e per la valutazione dell'impatto sul pluralismo dei media e sull'indipendenza editoriale; e
- e) specificano in anticipo le scadenze per il completamento di tale valutazione.

La valutazione delle concentrazioni del mercato dei media di cui al presente paragrafo è distinta da quelle a norma del diritto della concorrenza dell'Unione e nazionale, 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. In una valutazione delle concentrazioni del mercato dei media di cui al paragrafo 1, si tiene conto degli elementi seguenti:

- a) l'impatto previsto della concentrazione del mercato dei media sul pluralismo dei media, compresi i suoi effetti sulla formazione dell'opinione pubblica e sulla diversità dei servizi e dell'offerta dei media sul mercato, tenendo conto dell'ambiente online e degli interessi, dei legami o delle attività delle parti in altre imprese del settore dei media o di altri settori;
- b) le garanzie per l'indipendenza editoriale, comprese le misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali;
- c) la probabilità che, in assenza della concentrazione del mercato dei media, le parti coinvolte nella concentrazione del mercato dei media rimangano economicamente sostenibili e l'esistenza di possibili alternative per garantirne la sostenibilità economica;
- d) se del caso, le conclusioni della relazione annuale della Commissione sullo Stato di diritto in merito al pluralismo e alla libertà dei media; e
- e) se del caso, gli impegni che le parti coinvolte nella concentrazione del mercato dei media possono offrire per salvaguardare il pluralismo dei media e l'indipendenza editoriale.

3. La Commissione, assistita dal comitato, pubblica orientamenti sugli elementi di cui al paragrafo 2, lettere a), b) e c).
4. Qualora una concentrazione del mercato dei media possa incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media, l'autorità o l'organismo nazionale di regolamentazione interessato consulta preventivamente il comitato in merito al suo progetto di valutazione o di parere.
5. Entro i termini stabiliti nel suo regolamento interno, il comitato elabora un parere sul progetto di valutazione o sul progetto di parere di cui al paragrafo 4, tenendo conto degli elementi di cui al paragrafo 2, e lo trasmette all'autorità o organismo nazionale di regolamentazione 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 o organismo nazionale di regolamentazione fornisce al comitato e alla Commissione una giustificazione motivata della sua posizione entro le scadenze che il comitato deve stabilire nel proprio regolamento interno.

Articolo 23

Pareri sulle concentrazioni del mercato dei media

1. In assenza di una valutazione o di una consultazione ai sensi dell'articolo 22, il comitato, di propria iniziativa o 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 incidere sul funzionamento del mercato interno dei servizi di media. Il comitato fonda il suo parere sugli elementi di cui all'articolo 22, paragrafo 2. Il comitato può sottoporre all'attenzione della Commissione tali concentrazioni del mercato dei media.
2. Fatti salvi i suoi poteri a norma dei trattati, la Commissione può emettere il proprio parere sulla questione.
3. Il comitato e la Commissione rendono disponibili al pubblico i loro pareri di cui al presente articolo.

SEZIONE 6

Allocazione trasparente ed equa delle risorse economiche

Articolo 24

Misurazione dell'audience

1. I fornitori di sistemi di misurazione dell'audience garantiscono che i loro sistemi di misurazione dell'audience e la metodologia utilizzata dai loro sistemi di misurazione dell'audience rispettino i principi di trasparenza, imparzialità, inclusività, proporzionalità, non discriminazione, comparabilità e verificabilità.
2. Fatta salva la tutela dei segreti commerciali delle imprese quali definiti all'articolo 2, punto 1, della direttiva (UE) 2016/943, i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari forniscono, senza indebito ritardo e a titolo gratuito, ai fornitori di servizi di media e agli operatori pubblicitari, nonché a terzi autorizzati da fornitori di servizi di media e operatori pubblicitari, informazioni accurate, dettagliate, complete, comprensibili e aggiornate sulla metodologia utilizzata dai loro sistemi di misurazione dell'audience.

I fornitori di sistemi di misurazione dell'audience proprietari garantiscono che la metodologia utilizzata dai loro sistemi di misurazione dell'audience e la sua modalità di applicazione siano sottoposte ad audit indipendenti una volta all'anno. Su richiesta di un fornitore di servizi di media, i fornitori di un sistema di misurazione dell'audience proprietari gli forniscono informazioni sui risultati della misurazione dell'audience, compresi dati non aggregati, che si riferiscono ai contenuti mediatici e servizi di media di tale fornitore di servizi di media.

Il presente paragrafo non pregiudica le norme dell'Unione in materia di protezione dei dati e privacy.

3. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione incoraggiano i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience a elaborare codici di condotta, insieme ai fornitori di servizi di media, ai fornitori di piattaforme online, alle organizzazioni che li rappresentano e a qualsiasi altra parte interessata, o incoraggiano i fornitori di sistemi di misurazione dell'audience a rispettare codici di condotta concordati congiuntamente e ampiamente accettati dai fornitori di servizi di media, dalle organizzazioni che li rappresentano e da qualsiasi altra parte interessata.

I codici di condotta di cui al primo comma del presente paragrafo sono intesi a promuovere il monitoraggio regolare, indipendente e trasparente del conseguimento effettivo dei loro obiettivi e del rispetto dei principi di cui al paragrafo 1, anche attraverso audit indipendenti e trasparenti.

4. La Commissione, assistita dal comitato, può pubblicare orientamenti sull'applicazione pratica dei paragrafi 1, 2 e 3, tenendo conto, se del caso, dei codici di condotta di cui al paragrafo 3.

5. Il comitato promuove lo scambio delle migliori pratiche 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, i rappresentanti di fornitori di servizi di media, i rappresentanti di fornitori di piattaforme online e altre parti interessate.

Articolo 25

Allocazione di fondi pubblici per la pubblicità statale e contratti di fornitura o di servizi

1. I fondi pubblici o qualsiasi altro corrispettivo o vantaggio messo a disposizione, direttamente o indirettamente, dalle autorità pubbliche o dagli enti pubblici a fornitori di servizi di media o a fornitori di piattaforme online per la pubblicità statale o i contratti di fornitura o di servizi conclusi con i fornitori di servizi di media o i fornitori di piattaforme online sono allocati secondo criteri trasparenti, oggettivi, proporzionati e non discriminatori resi preventivamente disponibili al pubblico con mezzi elettronici e di facile utilizzo, e mediante procedure aperte, proporzionate e non discriminatorie.

Gli Stati membri si adoperano per garantire che la spesa pubblica annuale complessiva allocata per la pubblicità statale sia distribuita a un'ampia pluralità di fornitori di servizi di media rappresentati sul mercato, tenendo conto delle specificità nazionali e locali dei mercati dei media interessati.

Il presente articolo non pregiudica l'aggiudicazione di appalti pubblici e di contratti di concessione ai sensi delle norme dell'Unione in materia di appalti pubblici né l'applicazione delle norme dell'Unione in materia di aiuti di Stato.

2. Le autorità pubbliche o gli enti pubblici rendono disponibili al pubblico, con mezzi elettronici e di facile utilizzo, informazioni su base annua relative alle spese pubbliche per la pubblicità statale da loro allocate, che includono almeno i seguenti dettagli:

- a) la ragione sociale dei fornitori di servizi media o dei fornitori di piattaforme online da cui sono stati acquistati servizi;
- b) se del caso, la ragione sociale dei gruppi di imprese di cui fanno parte tali fornitori di servizi di media o fornitori di piattaforme online di cui alla lettera a); e
- c) l'importo totale annuale speso e gli importi annuali spesi per ciascun fornitore di servizi di media o fornitore di una piattaforma online.

Gli Stati membri possono esentare i governi subnazionali di enti territoriali con meno di 100 000 abitanti e gli enti controllati, direttamente o indirettamente, da tali governi subnazionali dagli obblighi di cui al primo comma, lettera b).

3. Le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione o altre autorità o organismi indipendenti competenti negli Stati membri monitorano l'allocazione delle spese di pubblicità statale ai fornitori di servizi di media e ai fornitori di piattaforme online sulla base delle informazioni elencate al paragrafo 2. Tali relazioni annuali sono rese disponibili al pubblico in modo facilmente accessibile.

Al fine di valutare la completezza delle informazioni sulla pubblicità statale rese disponibili ai sensi del paragrafo 2, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione o altre autorità o organismi indipendenti competenti negli Stati membri possono richiedere alle autorità pubbliche o agli enti pubblici di cui al paragrafo 2, primo comma, ulteriori informazioni, anche informazioni più dettagliate relative all'applicazione dei criteri e delle procedure di cui al paragrafo 1.

Qualora il monitoraggio, la valutazione e l'elaborazione di relazioni siano effettuati da altre autorità o organismi indipendenti competenti negli Stati membri, questi tengono debitamente informati le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione.

CAPO IV

DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 26

Esercizio di monitoraggio

1. La Commissione assicura che il mercato interno dei servizi di media, comprendente i rischi a esso relativi e i progressi compiuti per quanto riguarda il suo funzionamento, sia monitorato in modo indipendente e costante («esercizio di monitoraggio»). I risultati dell'esercizio di monitoraggio sono soggetti a consultazione con il comitato e sono presentati e discussi con il comitato di contatto.

2. La Commissione, in consultazione con il comitato, definisce gli indicatori chiave di prestazione, le garanzie metodologiche per tutelare l'obiettività e i criteri di selezione dei ricercatori per l'esercizio di monitoraggio.
3. L'esercizio di monitoraggio prevede:
 - a) un'analisi dettagliata dei mercati dei media di tutti gli Stati membri, anche per quanto riguarda il livello di concentrazione dei media e i rischi di manipolazione delle informazioni e di ingerenze da parte di attori stranieri;
 - b) una panoramica e una valutazione prospettica del funzionamento del mercato interno dei servizi di media nel suo complesso, anche per quanto riguarda l'impatto delle piattaforme online;
 - c) una panoramica dei rischi per il pluralismo dei media e l'indipendenza editoriale dei fornitori di servizi di media qualora potessero incidere sul funzionamento del mercato interno;
 - d) una panoramica delle misure adottate dai fornitori di servizi di media al fine di garantire l'indipendenza delle decisioni editoriali;
 - e) una panoramica dettagliata dei quadri e delle pratiche per l'allocazione di fondi pubblici per la pubblicità statale.
4. L'esercizio di monitoraggio è effettuato annualmente. I risultati dell'esercizio di monitoraggio, compresi la metodologia e i dati utilizzati a tal fine, sono resi disponibili al pubblico e presentati annualmente al Parlamento europeo.

Articolo 27

Valutazione e relazioni

1. Entro l'8 agosto 2028, 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. Nella prima valutazione di cui al paragrafo 1 del presente articolo, la Commissione esamina in particolare l'efficacia del funzionamento del segretariato del comitato di cui all'articolo 11, anche per quanto riguarda l'adeguatezza delle risorse in relazione allo svolgimento delle sue funzioni.
3. Ai fini del paragrafo 1 e su richiesta della Commissione, gli Stati membri e il comitato trasmettono alla Commissione le informazioni pertinenti.
4. Nell'effettuare le valutazioni di cui al paragrafo 1 del presente articolo, 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 26.
5. Ove opportuno la relazione di cui al paragrafo 1 può essere corredata di proposte di modifica del presente regolamento.

Articolo 28

Modifiche della direttiva 2010/13/UE

La direttiva 2010/13/UE è così modificata:

- 1) l'articolo 30 *ter* è soppresso;
- 2) i riferimenti all'articolo 30 *ter* della direttiva 2010/13/UE sono intesi come riferimenti all'articolo 13, paragrafo 1, lettera c), del presente regolamento.

Articolo 29

Entrata in vigore e applicazione

Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Esso si applica a decorrere dall'8 agosto 2025. Tuttavia:

- a) l'articolo 3 si applica invece a decorrere dall'8 novembre 2024;

- b) l'articolo 4, paragrafi 1 e 2, l'articolo 6, paragrafo 3, gli articoli da 7 a 13 e l'articolo 28 si applicano a decorrere dall'8 febbraio 2025;
- c) gli articoli da 14 a 17 si applicano a decorrere dall'8 maggio 2025;
- d) l'articolo 20 si applica a decorrere dall'8 maggio 2027.

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

Fatto a Bruxelles, l'11 aprile 2024

Per il Parlamento europeo

Il presidente

R. METSOLA

Per il Consiglio

Il presidente

B. DALLE