



**SENATO DELLA REPUBBLICA**

**COMMISSIONE POLITICHE DELL'UNIONE EUROPEA**

**AUDIZIONE DI SKY ITALIA S.R.L.**

Nell'ambito dell'esame del DDL A.S. 1721

*“Delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l'attuazione di altri atti dell'Unione europea - Legge di delegazione europea 2019”*

28 APRILE 2020



## I Parte

Desideriamo anzitutto ringraziare l'on. Presidente e tutti i Senatori membri della Commissione per la possibilità che ci è stata offerta di partecipare al dibattito sul disegno di legge in oggetto ("DDL"), al fine di poter rappresentare alcuni spunti e riflessioni.

Nello specifico, oltre alle considerazioni sul presente DDL, vorremmo mettere in luce le profonde trasformazioni che il mondo dell'intrattenimento audiovisivo e delle comunicazioni sta attualmente affrontando, purtroppo anche in considerazione della grave pandemia in atto, e le sfide che lo attendono nel prossimo futuro.

In uno scenario globale in costante e rapida evoluzione, i settori dei media e delle telecomunicazioni stanno vivendo una forte rivoluzione tecnologica, che sta cambiando profondamente le abitudini dei consumatori nella fruizione dei contenuti, mutando gli stessi paradigmi tradizionali del pluralismo e dell'informazione televisiva, trasformando modelli di business finora ritenuti sicuri e consolidati.

La competizione globale sempre più pressante sulle aziende del Paese mette a dura prova la sostenibilità degli investimenti e dei livelli occupazionali, cui oggi si aggiungono gli effetti della grave pandemia in atto.

L'attuale contesto, in rapida evoluzione e contraddistinto da profondi cambiamenti, richiede di rispondere con flessibilità e senza esitazioni.

### L'azienda Sky

La nostra azienda rappresenta in questo senso un esempio di capacità di adattamento e trasformazione nel tempo, che ha il coraggio di accettare le sfide che il cambiamento impone.

Da tradizionali operatori televisivi abbiamo progressivamente allargato il nostro raggio d'azione, sviluppando offerte online per competere con la crescente pressione competitiva degli OTT e con le sfide derivanti dalla convergenza in atto, fino ad annunciare per metà giugno 2020 il nostro prossimo ingresso nel settore della banda larga, diventando a tutti gli effetti un *triple player* e la maggiore media company europea.

L'arrivo di Sky nel 2003 ha rotto i paradigmi, rappresentando un vantaggio *in primis* per il consumatore, che ha potuto godere, anche indirettamente, attraverso la spinta ad evolversi a cui abbiamo indotto i nostri competitor, sia free che pay. Siamo stati infatti i primi a introdurre in Italia l'alta definizione, i nostri decoder sono stati i primi ad introdurre l'on-demand, e Sky Go ha permesso ai consumatori di godersi i migliori prodotti in ogni luogo e in qualsiasi momento.

Le trasmissioni in 4K e il controllo vocale sono solo alcuni ulteriori esempi delle continue innovazioni a cui lavora incessantemente il nostro team di tecnici e ingegneri, sempre alla ricerca della migliore esperienza qualitativa.



Agli ingenti investimenti di questi anni in termini di risorse e *know how*, si sono accompagnate da subito scelte che ci hanno permesso di rappresentare un *unicum* nel panorama mediatico italiano in termini di visione imprenditoriale: a fianco dell'intrattenimento, declinato in tutte le sue molteplici forme, abbiamo accettato con entusiasmo la sfida di dare vita anche a due telegiornali, SkyTg 24 e SkySport 24, scegliendo di informare il pubblico italiano in maniera imparziale e tempestiva, come dimostra anche il servizio di informazione di qualità prestato durante l'emergenza Covid 19 nell'interesse della collettività.

### **L'impegno per il sistema Paese**

Di pari passo con l'impegno verso i nostri clienti si è sviluppato quello verso il Paese e le comunità dove operiamo. Dal suo arrivo in Italia nel 2003 Sky ha investito nel nostro Paese circa 28 miliardi di euro, rappresentando da anni un "incubatore naturale" di cultura e innovazione, che garantisce lavoro in Italia a oltre 4800 persone.

Questi dati forniscono solamente un'idea di quanto la presenza di Sky sia stabile e radicata nel tessuto industriale e creativo del nostro Paese, una presenza che si articola non solo nelle nostre trasmissioni e produzioni, ma anche nel lavoro svolto per la distribuzione dei contenuti, nelle redazioni giornalistiche e sportive, nella rete di installatori e in molto altro ancora.

Sky è un attore chiave nell'industria creativa del Paese, che fin dall'origine ha sempre incoraggiato, sostenuto ed investito nelle produzioni originali italiane, promuovendo la massima libertà di espressione in ogni fase del processo creativo, contribuendo a dare un respiro internazionale all'industria italiana dell'audiovisivo.

La dimensione internazionale di Sky, entrata a far parte del gruppo guidato dall'operatore statunitense Comcast, rappresenta un'opportunità aggiuntiva per fronteggiare le ulteriori sfide poste dalla globalizzazione. Le sinergie internazionali consentiranno di esprimere ancor più diffusamente la potenzialità dell'industria digitale creativa del nostro Paese, che potrà sempre più diventare polo di attrazione di ulteriori investimenti esteri, restituendo alla produzione audiovisiva nazionale il ruolo centrale che merita.

### **LA RISPOSTA DI SKY ITALIA AL COVID 19**

Il ruolo attivo svolto da Sky per il Paese e le comunità dove opera è stato confermato anche dalle numerose azioni messe in campo dalla nostra azienda per aiutare la collettività in un momento così complicato come quello relativo alla pandemia da Covid-19.

Nello specifico, tra le varie iniziative realizzate da Sky per la collettività si segnalano:

- la campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi "SKY#IoRestoACasa" a sostegno della Protezione Civile;
- il sostegno alla campagna della Croce Rossa per la raccolta fondi attraverso una media partnership con Sky TG24 e Sky Sport 24;



- Sky ha messo a disposizione la sua capacità creativa e produttiva a sostegno della realizzazione di un corso di formazione gratuito, con direzione scientifica a cura dell'Università Vita -Salute San Raffaele, dedicato a tutto il personale infermieristico italiano sulle procedure richieste per la gestione di Covid-19;
- Sky ha aperto la propria programmazione di "Sky Arte" a tutti (a prescindere se abbonati o meno). Il sito <https://arte.sky.it/> propone infatti gratuitamente il meglio del proprio palinsesto dando la possibilità a tutti di viaggiare attraverso le più belle produzioni del canale, di intrattenersi con gli imponenti film d'arte e di raccontare l'Italia con gli scenografici documentari girati nel cuore del nostro patrimonio artistico e culturale.

SKY ha anche realizzato diverse iniziative in favore dei propri dipendenti, tra cui una copertura assicurativa in caso di contagio da Covid-19 per tutti i dipendenti, agenti, stagisti e lavoratori con contratto di somministrazione, nonché una particolare indennità di business continuity a favore dei lavoratori Sky che continuano a garantire la continuità del business dell'azienda lavorando in sede, inclusi i tecnici e i giornalisti che lavorano in esterna.

Sky si è quindi dimostrata un'azienda in prima linea nel tentativo di dare supporto a tutta la collettività come risposta alla crisi sanitaria ed economica in atto.

### **Mercato in continua evoluzione**

Rispetto alla sua nascita nel 2003, oggi Sky Italia si trova ad operare in un contesto di mercato in cui la concorrenza è costituita da grandi gruppi multinazionali che provengono spesso da settori originariamente estranei a quello televisivo.

Nel mercato attuale, quelli che sembravano colossi come Rai, Mediaset e la stessa Sky hanno dimensioni da pesi piuma di fronte a player globali apparsi sul mercato italiano negli ultimi anni.

Si tratta dunque di un mercato in cui è completamente mutata l'offerta, con nuovi modelli di business e di fruizione dei contenuti di intrattenimento. Ampio è il ventaglio di possibilità che si sono aperte al consumatore, sempre più informato e tutelato anche grazie all'attenzione crescente da parte delle aziende. Queste ultime dedicano infatti sempre più impegno all'ascolto delle esigenze dei consumatori, ascolto che avviene sia direttamente (grazie anche all'interattività ed all'immediatezza consentita dai canali web) sia attraverso il dialogo costante e sempre più costruttivo con le varie associazioni dei consumatori.

In un mercato, quale quello in cui ci troviamo oggi ad operare, è infatti fondamentale ascoltare il consumatore per incontrare sempre più i suoi gusti e le sue esigenze e, quindi, per "guadagnare" la sua attenzione.

### **LEVEL PLAYING FIELD**



In uno scenario così altamente competitivo, è necessario però garantire un effettivo “*level playing field*” tra i vari protagonisti di uno stesso mercato, per evitare asimmetrie normative e regolamentari che possano falsare la concorrenza tra i vari player.

Ricordiamo in questo senso che le aziende radicate nel nostro Paese, che da anni producono valore sul territorio garantendo occupazione, rischiano di non riuscire a reagire efficacemente alle sfide dei prossimi anni anche a causa di un quadro regolatorio che, da una parte, non ha saputo dare adeguato sostegno al settore e, dall'altra, ha permesso ai *player* globali con sede all'estero di crescere a dismisura, sfruttando le economie di scala determinate dalla loro presenza a livello mondiale.

Questi operatori globali, che non producono valore per il Paese, non investendo in Italia i propri ricavi e adottando modelli di business non *labour intensive*, sfruttano altresì i vantaggi fiscali derivanti dalle falle della fiscalità internazionale, “dirottando” i propri profitti nei Paesi con tassazione più bassa. A fronte delle migliaia di famiglie in Italia che, direttamente o indirettamente, oggi fanno affidamento su un reddito grazie a imprese quali Sky, questi soggetti globali non hanno (o hanno in misura molto esigua) dipendenti in Italia, pur traendo dall'Italia ingentissimi ricavi.

I ricavi sono quindi (anche) italiani, mentre i benefici sul sistema economico non lo sono. In aggiunta questi operatori non versano tasse in Italia in misura proporzionale ai ricavi che raccolgono sul nostro mercato, oltre a non investire direttamente, se non di rado, in creatività e produzione locale. Fruiscono quindi di un quadro regolamentare scarno e per loro particolarmente vantaggioso, disegnato a livello europeo e poi a livello nazionale a cavallo del millennio ma ormai non più adeguato, a fronte dell'intenso livello di regolamentazione che caratterizza il mercato audiovisivo italiano.

In attesa di un intervento comunitario o internazionale che possa risolvere le discriminazioni di natura fiscale, la filiera industriale italiana, che vuole continuare a contribuire al rilancio del tessuto economico del Paese, ha bisogno del supporto delle istituzioni e di un quadro normativo/regolamentare che sia in grado di sostenere e tutelare le imprese italiane in questo momento cruciale, evitando il rischio di una paralisi dell'intero sistema economico.

Senza considerare al momento gli inevitabili effetti che l'attuale pandemia avrà sull'economia nazionale e mondiale, la filiera nazionale sarà quindi in grado di continuare a garantire livelli di occupazione e relativi investimenti solo se potrà contare su un set di nuove regole, per garantire una competizione sana e leale tra i vari player sostenendo le aziende che generano valore per il territorio e garantiscono entrate erariali per il sistema Paese.

L'attuazione in Italia delle direttive europee oggetto del disegno di legge all'esame della Commissione costituisce quindi un'occasione decisiva per iniziare ad eliminare tali discriminazioni normative, garantendo in questo modo condizioni più eque e un mercato più sano attraverso una effettiva concorrenza tra i vari operatori.

**Tutela del copyright e lotta alla pirateria**



Il fenomeno della pirateria *online* costituisce, come noto, un grave problema per il Sistema Paese, il cui contrasto dovrebbe quindi rappresentare una priorità per il Legislatore ed il Governo nel quadro delle norme per la tutela delle opere dell'ingegno.

Come noto la pirateria non è oggi legata a singole iniziative "artigianali", ma a veri e propri *business*, strutturati e spesso gestiti dalla criminalità organizzata, che provocano gravi danni economici a tutte le imprese che fanno affidamento sulla protezione del *copyright*.

Come evidenziato nell'ultima ricerca Fapav/Ipsos (2019), solo con riferimento a serie TV e film, il fatturato perso da tutti i settori economici italiani a causa della pirateria audiovisiva si stima in circa 1,08 miliardi di euro. Quello della pirateria è d'altra parte un fenomeno che coinvolge tutti gli operatori dell'industria creativa: abbiamo letto nelle scorse settimane i comunicati con cui anche la FIEG ha denunciato che dalla diffusione non autorizzata di intere edizioni di giornali e periodici online scaturirebbero danni fino ad un miliardo di euro su base annua. Questi numeri evidenziando l'assoluta urgenza di un intervento normativo, che porti a breve un efficace contrasto al crimine della pirateria.

È dunque indispensabile tutelare maggiormente il diritto d'autore per garantire una giusta redditività a chi investe nell'acquisizione e produzione di contenuti audiovisivi, adottando strumenti efficaci per la repressione del fenomeno e incentivando lo sviluppo dell'offerta legale.

È infatti necessario rafforzare la tutela dei contenuti audiovisivi protetti da diritti d'autore, agendo non soltanto sul piano dell'efficacia dei rimedi a disposizione dei titolari dei contenuti, ma anche su quello della responsabilità delle piattaforme e degli altri intermediari, sensibilizzando gli utenti finali affinché percepiscano realmente il crimine commesso. Il fenomeno rischia altrimenti di danneggiare in maniera irreparabile l'industria culturale e creativa, nonché gli ingenti investimenti realizzati dagli attori di questo settore per la realizzazione e la diffusione di prodotti culturali di eccellenza.

In questo senso l'implementazione della direttiva *copyright* oggetto del presente disegno di legge rappresenta un'opportunità da non perdere (si rimanda alla seguente parte II per valutazioni più specifiche).

## **Il Parte**

### **Disegno di legge DELEGAZIONE UE 2019**

Venendo allo specifico delle disposizioni contenute all'interno del DDL oggetto di audizione, si ritiene utile fornire alcune specifiche considerazioni in merito a diverse direttive oggetto del provvedimento.



## 1. Direttiva AVMS (art 3 DDL Delegazione UE 2019)

L'implementazione della Direttiva AVMS (Direttiva 2010/13 come modificata dalla Direttiva 2018/1808) costituisce una prima opportunità per realizzare il *level playing field* tanto auspicato tra gli operatori del mercato audiovisivo.

Come noto la direttiva nasceva dall'esigenza di adeguare la disciplina europea dei servizi di media audiovisivi al contesto digitale, promessa che solo in parte il legislatore europeo ha mantenuto, dato che la riforma non ha determinato una significativa riduzione del value gap tra i broadcaster, su cui continuano a pesare ancora oggi molti e spesso anacronistici obblighi legislativi e regolamentari, e le video sharing platform (VSP), per le quali, al contrario, gli obblighi non sono stati significativamente e sufficientemente disciplinati.

In questo senso, rispetto agli specifici principi e criteri direttivi previsti dall'art. 3 del DDL per l'esercizio della delega legislativa per il recepimento della Direttiva AVMS, si osserva quanto segue:

- **Riforma del TUSMAR** (osservazioni in merito all'art 3, comma 1, lett. a) del DDL)

Il DDL delega il Governo al riordino del Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, c.d. TUSMAR), attraverso l'emanazione di un nuovo Testo Unico dei servizi di media digitali per adeguarne le disposizioni all'evoluzione tecnologica e di mercato.

Tale intervento dovrebbe invece realizzarsi nei limiti delle modifiche del TUSMAR strettamente necessarie a recepire la Direttiva AVMS, evitando al contrario una radicale riforma del testo unico che potrebbe, in caso, risultare in contrasto con alcuni dei principi generali fissati nel nostro ordinamento per il recepimento degli atti comunitari.

Tra questi principi il c.d. divieto di gold plating, (art. 14, commi 24-bis, 24-ter e 24-quater, della legge 28 novembre 2005, n. 246, richiamati anche dall'art. 32 comma 1 lett. c) Legge 234/2012), che impedisce di recepire le direttive UE introducendo o mantenendo livelli di regolazione superiori a quelli minimi richiesti dalle direttive nonché sanzioni, procedure o meccanismi operativi più gravosi o complessi di quelli strettamente necessari per l'attuazione delle direttive, o il criterio direttivo generale per il recepimento degli atti europei previsto dall'art. 32, comma 1, lett. e), della l. 234/2012, in base a cui il recepimento di direttive che modificano precedenti normative UE già attuate deve limitarsi alle sole modifiche alle norme interne interessate dalle modifiche a livello europeo.

- **Quote e trasparenza assetti societari** (osservazioni in merito all'art. 3, comma 1, lett. d)

Il DDL delega il Governo a prevedere misure per la promozione delle opere europee e per la promozione della trasparenza degli assetti proprietari dei fornitori dei servizi di media digitali e delle video sharing platform.



In merito, evidenziamo l'opportunità per il Legislatore di valutare un intervento di ripensamento e alleggerimento del sistema degli obblighi di investimento e programmazione in opere europee previsto a livello nazionale, sistema nazionale oggi molto più rigido e gravoso per i fornitori di servizi di media audiovisivi rispetto a quanto previsto dalla direttiva AVMS.

- **Pubblicità sulle *video sharing platform* e revisione dei tetti di affollamento** (art. 3, comma 1, lett. e)

Il DDL delega il Governo a adeguare la disciplina della pubblicità anche alle VSP nonché a realizzare una revisione dei tetti di affollamento pubblicitario secondo principi di flessibilità, proporzionalità e concorrenzialità. In merito, l'art. 23 della Direttiva AVMS prevede una parziale liberalizzazione della normativa sui singoli spot e delle soglie di raccolta pubblicitaria: viene abolito il limite orario, mentre rimane quello giornaliero, con due finestre specifiche, 6.00-18.00 e 18.00-00.00, in ognuna delle quali il tetto è fissato al 20%.

Questa revisione nasce dalla consapevolezza del legislatore europeo di dover garantire una maggiore flessibilità alle emittenti (si veda considerando 41 della Direttiva AVMS), affinché queste possano decidere quando trasmettere la pubblicità e massimizzare la domanda degli inserzionisti, necessità particolarmente sentita in una crisi come quella attuale di forte perdita degli investimenti pubblicitari.

Da questo punto di vista la vigente normativa italiana continua a prevedere degli anacronistici tetti di affollamento pubblicitario, particolarmente discriminatori per la Pay TV: per quest'ultima il TUSMAR prevede infatti un tetto orario del 12%, mentre per la free tv il limite è del 18%.

Questo, tra l'altro, a fronte dell'assenza di una regolamentazione della raccolta pubblicitaria online, che determina una forte asimmetria tra operatori che operano all'interno dello stesso mercato e competono, anche con offerte a pagamento, per l'attenzione dello stesso spettatore indipendentemente dalle modalità di fruizione dei contenuti. In tale senso, sarebbe importante eliminare ogni limitazione non necessaria allo sviluppo del mercato della raccolta pubblicitaria con particolare riferimento ai fornitori di servizi audiovisivi commerciali, anche al fine di rispondere pienamente ai principi di flessibilità, proporzionalità e concorrenzialità stabiliti dall'ordinamento UE. La normativa di attuazione della direttiva dovrà, dunque, essere uniforme e il più possibile "leggera".

- **Revisione dell'apparato sanzionatorio del TUSMAR** (art. 3 comma 1 lett. i)

Il DDL delega altresì il Governo a una revisione dell'apparato sanzionatorio amministrativo e penale, già previsto dal TUSMAR. Tale punto non trova tuttavia uno specifico riscontro nelle previsioni della nuova Direttiva AVMS e, pertanto, dovrebbe essere circoscritto ad un semplice adeguamento del regime sanzionatorio oggi previsto dal TUSMAR al nuovo contesto tecnologico e di mercato, e dunque limitato a far sì che anche la violazione dei nuovi obblighi applicabili ai fornitori di piattaforme per la condivisione di video siano assistiti da una ragionevole sanzione.





Si evidenzia quindi l'opportunità di eliminare il riferimento alle sanzioni penali dal criterio di delega (riferimento non previsto nella direttiva AVMS) e di limitare le modifiche al TUSMAR sul tema delle sanzioni ai nuovi obblighi previsti per le video sharing platform.

## **2. Direttiva Copyright (art 9 DDL)**

L'art. 9 del disegno di legge di delegazione europea 2019 prevede il recepimento della nuova Direttiva Copyright (Direttiva 2019/790) che, come noto, ha rinnovato a livello europeo il quadro normativo a tutela del diritto d'autore nello scenario digitale.

L'approvazione della Direttiva Copyright ha portato, come noto, all'affermazione di un importante principio di responsabilità delle piattaforme rispetto ai contenuti che esse rendono disponibili. L'art. 17 della Direttiva prevede infatti che, per poter rendere disponibili i contenuti online, le piattaforme devono ottenere la licenza dai titolari dei diritti, senza la quale saranno responsabili per i contenuti non autorizzati. Non dovranno quindi essere presenti sulle piattaforme online contenuti i cui diritti non siano stati preventivamente concessi dai titolari di diritti (o dai loro aventi causa) ai gestori di piattaforme.

Tenendo presente che su questo articolo è attualmente in corso la consultazione indetta dalla Commissione Europea per discutere le migliori prassi che dovranno essere adottate sul tema dai titolari dei diritti e dai fornitori di servizi di condivisione di contenuti online, il recepimento in Italia di questa Direttiva può rappresentare una buona opportunità per rafforzare i meccanismi di protezione dei diritti d'autore, principio che dovrà essere però pienamente assicurato durante la fase di trasposizione.

Il DDL chiede al Governo di intervenire sul tema individuando alcuni principi di massima per il successivo decreto legislativo.

In particolare, l'art. 9, comma 1, lett. n) e o), delegano il Governo a:

- definire le attività che escludono una responsabilità della piattaforma in caso di atti non autorizzati, in particolare con riferimento al livello di diligenza richiesto al fine di ritenere integrato il criterio dei "massimi sforzi", nel rispetto del principio di ragionevolezza;
- individuare la disciplina relativa ai reclami e ai ricorsi per gli utenti delle piattaforme in caso di controversie sulla disabilitazione dell'accesso/rimozione di specifiche opere o altri materiali da essi caricati.

Nel recepire la Direttiva Copyright, sarebbe auspicabile che Parlamento e Governo garantissero i seguenti principi:

- il titolare dei diritti deve rimanere libero di rilasciare o meno l'autorizzazione all'utilizzo dei propri contenuti, al fine di salvaguardare la libertà contrattuale.



La libertà del titolare dei diritti non comporta un'esenzione di responsabilità per le piattaforme per il caso di mancata concessione dei diritti, come previsto tra l'altro dalla stessa Direttiva . Ed infatti, lo stesso Considerando 61 della Direttiva riconosce che le previsioni non devono incidere sulla libertà contrattuale e i titolari dei diritti non devono quindi essere obbligati a rilasciare un'autorizzazione o a concludere accordi di licenza;

- le piattaforme devono garantire elevati standard tecnico-professionali per evitare che sulla propria piattaforma siano presenti contenuti di terzi.

Le piattaforme dovranno valutare non solo gli standard tecnologici esistenti ma anche il loro evolversi nel corso del tempo (in conformità a quanto previsto dal Considerando 66 della direttiva). Sono infatti oggi disponibili tecnologie che consentono di individuare automaticamente i contenuti illeciti, utilizzabili anche dalle piattaforme meno grandi che possono quindi rivolgersi a fornitori terzi per questo servizio senza doverne sostenere i costi di progettazione e sviluppo;

- le norme di attuazione della Direttiva devono prevedere interventi immediati di rimozione/disabilitazione dell'accesso ai contenuti, soprattutto per le segnalazioni relative all'illecita ritrasmissione di eventi in diretta. Inoltre i contenuti segnalati dovrebbero essere non solo disabilitati/rimossi, ma non essere più ricaricati in futuro (stay down). Le piattaforme dovranno garantire l'immediata rimozione/disabilitazione dell'accesso ai contenuti illeciti, soprattutto per eventi live, e impedire che vengano ricaricati in futuro (stay down), in conformità con quanto previsto anche dalla direttiva 2000/31/CE che impone agli hosting di provvedere "*immediatamente*". Inoltre, in presenza di segnalazioni di noti titolari di diritti, una dichiarazione di titolarità del contenuto e di utilizzo delle specifiche opere di cui si chiede la rimozione dovrebbe essere sufficiente per ritenere che la segnalazione abbia una "sufficiente motivazione" e per assolvere l'onere di indicare "debitamente i motivi della richiesta", mentre il conseguente onere della piattaforma di individuare i relativi URL non si concretizza mai in un obbligo generale di sorveglianza e filtraggio preventivo, essendo un obbligo di sorveglianza su casi specifici, già riconosciuto dalla Direttiva 2000/31;

- per quanto concerne i reclami, le piattaforme dovranno garantire la rimozione dei contenuti in maniera tempestiva, senza dover attendere la definizione di eventuali reclami. Il titolare dei diritti si fa infatti carico dei costi di monitoraggio e riceve un ingente danno dalle pubblicazioni illecite; sarebbe dunque in contrasto con gli obiettivi della Direttiva consentire che la rimozione dei contenuti sia subordinata alla definizione delle controversie (ciò vale per tutti i contenuti e a maggior ragione per gli eventi in diretta).

### **3. Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (art 4 DDL)**

Quanto invece al recepimento del Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (Direttiva 2018/1972) – previsto dall'art.4 del DDL, si osserva quanto segue.

L'obiettivo di fondo di questo provvedimento sembra superare quello della tutela della concorrenza nel settore, puntando anche a creare un contesto normativo organico e favorevole agli investimenti necessari per lo sviluppo



della connettività e il potenziamento degli investimenti in reti di banda ultra larga, adeguando la disciplina ai nuovi scenari concorrenziali del mercato.

Il recepimento del Codice può quindi costituire un'occasione per garantire l'accesso generalizzato delle reti BUL attraverso reti in grado di fornire un valido supporto per la società, la cui necessità è stata purtroppo evidenziata anche dalla pandemia Covid 19.

Smartworking e scuola digitale sono solo alcuni esempi di come il sistema Paese nel suo complesso necessiti di un forte sostegno alla domanda di banda larga.

Pertanto, in conformità con la direttiva, dovrebbe essere garantito che tutti i consumatori (e le famiglie in primis) abbiano accesso a un adeguato servizio di accesso a internet a banda larga e a servizi di comunicazione vocale.

Più in generale in merito al recepimento del nuovo Codice europeo, riteniamo essenziale siano assicurati:

- il rispetto del divieto di *gold plating*, già menzionato, evitando di introdurre o mantenere livelli di regolazione superiori a quelli minimi richiesti dalla Direttive.
- il coordinamento con il recepimento di altri atti europei, quali ad esempio la Direttiva Servizi e Contenuti Digitali (UE) 2019/770, al fine di evitare discrepanza non volute dal Legislatore Europeo e che, ove non evitate, potrebbero pregiudicare gli operatori nazionali rispetto a quelli di altri Paesi UE;
- Il coordinamento anche per quanto attiene alle diverse Autorità nazionali chiamate ad applicare, a diverso titolo, la normativa *in fieri*, e ciò al precipuo fine di evitare – come peraltro riscontrato in passato – la violazione dei principi di certezza del diritto e *ne bis in idem* in danno delle imprese

Bisognerebbe in particolare evitare che le nuove competenze attribuite dalla direttiva non comportino le sovrapposizioni talvolta già riscontrabile tra le competenze sanzionatorie di diverse autorità amministrative. Le medesime condotte materiali non dovrebbero quindi essere cumulativamente perseguite e sanzionate da parte di più autorità amministrative.

Uno strumento utile ad assicurare la certezza delle norme applicabili, evitando indebite sovrapposizioni, può venire dalla corretta implementazione, nel diritto italiano, dell'**art. 5, par. 3** della Direttiva, la quale obbliga gli Stati membri a rendere "*pubblici, in forma facilmente accessibile, i compiti esercitati dalle autorità nazionali di regolamentazione e dalle altre autorità competenti...*"<sup>1</sup>. Una corretta trasposizione della norma

---

<sup>1</sup> L'art. 5 par. 3 recita precisamente: "*Gli Stati membri rendono pubblici, in forma facilmente accessibile, i compiti esercitati dalle autorità nazionali di regolamentazione e dalle altre autorità competenti, in particolare qualora siano assegnati a più organismi. Gli Stati membri assicurano, ove opportuno, la consultazione e la cooperazione fra queste autorità e tra queste e le autorità nazionali incaricate di attuare il diritto della concorrenza o la normativa a tutela dei consumatori, nelle materie di interesse comune. Quando tali questioni sono di*



potrebbe assicurare quella chiarezza preventiva, sulle norme applicabili, così essenziale per la competitività del Sistema Paese.

- Contributo AGCOM – oneri amministrativi a carico degli operatori: nello schema di DDL all'articolo 4 dovrebbe essere inserito, come previsto dal Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche, che i diritti e gli oneri amministrativi pagati dagli operatori dovrebbero finanziare i costi generati dalle attività relative alle autorizzazioni generali, diritti d'uso dello spettro e delle risorse di numerazione, nel rispetto dei principi di obiettività, trasparenza e proporzionalità, evitando il mero richiamo – oggi presente - al generico principio di proporzionalità, che non risulta in linea con quanto effettivamente previsto dal Codice. Inoltre, il rispetto degli stessi principi di obiettività, trasparenza e proporzionalità dovrebbe essere richiesto in relazione ai rendiconti annuali aventi ad oggetto i costi amministrativi sostenuti dalle autorità di regolamentazione per le attività indicate nel Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche, da un lato, ed i diritti amministrativi riscossi a tale titolo, dall'altro lato. Infatti i rendiconti devono consentire alle imprese di poter agevolmente effettuare una verifica di corrispondenza tra i costi sopportati e diritti riscossi dalle autorità.
- Revisione dell'apparato sanzionatorio: una eventuale "integrazione" delle sanzioni già oggi in vigore dovrebbe essere comunque limitata alle fattispecie sanzionatorie necessarie per tener conto delle modifiche introdotte in materia dal Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche. In tal senso depone l'**art. 29 della Direttiva** in commento, il quale consente agli Stati membri di adeguare, ove necessario, le sanzioni applicabili nelle sole ipotesi di violazione della disciplina nazionale di attuazione del Codice Europeo delle Comunicazioni.

4. Il DDL di delegazione europea all'esame della Commissione prevede inoltre, all'Allegato A, il recepimento della **Direttiva Contratti Digitali** (Direttiva 2019/770), per il quale non vengono tuttavia indicati specifici criteri direttivi generali per l'esercizio della delega da parte del Governo.

In questa sede si ritiene quindi opportuno suggerire almeno l'inserimento esplicito nel disegno di legge di un richiamo ai principi e criteri direttivi generali che la normativa italiana prevede per il recepimento delle direttive europee e, in particolare, al divieto generale di "gold plating".

Si osserva inoltre come la Direttiva Contratti Digitali sia una direttiva di armonizzazione massima, come chiarito dall'art. 4 della stessa Direttiva, che precisa che non possono essere mantenute o adottate a livello nazionale previsioni divergenti rispetto a quelle della Direttiva, salve le eccezioni espressamente previste da questa.

Per evitare cortocircuiti dannosi per la complessiva chiarezza delle norme di recepimento, si auspica inoltre un attento coordinamento tra le Direttive in esame, in particolare quanto ai rapporti tra Direttiva Contratti Digitali e Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche<sup>2</sup>.

---

competenza di più di un'autorità, **gli Stati membri assicurano che i rispettivi compiti siano resi pubblici in forma facilmente accessibile**".

<sup>2</sup> Un attento coordinamento viene richiesto in relazione, **ad esempio**, alla disciplina applicabile ai pacchetti inclusivi di: (i) contenuti/servizi digitali e (ii) servizi di comunicazione interpersonale basati sul numero o servizi di accesso a internet. In proposito il **considerando n. 33 della Direttiva Contratti Digitali** chiarisce che "al fine di garantire la coerenza con le disposizioni specifiche per settore della direttiva



5. Infine, il DDL delegazione UE prevede (art. 8) il recepimento della Direttiva c.d. **CABSAT** (Direttiva 2019/789), rispetto alla quale si osserva quanto segue:

- la Direttiva ha previsto un parziale superamento del principio di territorialità, prevedendo l'applicazione del principio del paese d'origine, per agevolare l'acquisizione dei diritti, ai servizi online accessori forniti dagli organismi di diffusione radiotelevisiva, limitatamente ai programmi di informazione e attualità (current affairs) e ai programmi di produzione propria che sono finanziati interamente dall'organismo di diffusione radiotelevisiva.

In merito appare condivisibile il criterio indicato nel testo del DDL (art. 8, comma 1, lett. a) che delega il Governo a definire in modo restrittivo i “*programmi di produzione propria che sono finanziati interamente dall'organismo di diffusione radiotelevisiva*” cui si applica il principio del paese d'origine, in particolare riconducendo il concetto di “produzione propria” a quello di “produzione interna”.

Nel concludere, Vi ringraziamo nuovamente per l'importante opportunità offertaci e per l'attenzione prestataci. Rimaniamo a disposizione del Presidente e dei componenti della Commissione per ogni ulteriore approfondimento e supporto ritenuto necessario.

---

*(UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio [i.e. Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche] che disciplinano i contratti a pacchetto, se un operatore economico offre, conformemente a tale direttiva [(UE) 2018/1972], un contenuto digitale o un servizio digitale in combinazione con un servizio di comunicazione interpersonale basato sul numero o un servizio di accesso a internet, le disposizioni della presente direttiva [Contratti Digitali] relative alla modifica del contenuto digitale non dovrebbero applicarsi all'elemento del pacchetto costituito da contenuto digitale o servizi digitali. Al contrario, è opportuno che a tutti gli elementi del pacchetto, ivi compresi il contenuto digitale o i servizi digitali, si applichino le disposizioni pertinenti della Direttiva (UE) 2018/1972”.*