

## DELIBERA N. 14/23/CONS

### CONSULTAZIONE PUBBLICA IN MATERIA DI *PROMINENCE* DEI SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI DI INTERESSE GENERALE E DI ACCESSIBILITÀ DEL SISTEMA DI NUMERAZIONE AUTOMATICA DEI CANALI DELLA TELEVISIONE DIGITALE TERRESTRE

#### L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 25 gennaio 2023;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*” (di seguito “*Legge istitutiva*”);

VISTA la 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 (di seguito “*direttiva sui servizi di media audiovisivi*”);

VISTA la direttiva (UE) n. 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio dell’11 dicembre 2018 che istituisce il codice europeo delle comunicazioni elettroniche (di seguito “*Codice europeo delle comunicazioni elettroniche*”);

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione)*” (di seguito “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”);

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della 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, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*” (di seguito “*Tusma*”);



VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante “*Disciplina dei tempi dei procedimenti*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 118/14/CONS;

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 22 giugno 2011, recante “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 565/14/CONS;

VISTA la delibera n. 383/17/CONS, del 5 ottobre 2017, recante “*Adozione del Regolamento recante la disciplina dell’accesso ai sensi degli articoli 22 e seguenti della 7 agosto 1990, n. 24 e degli articoli 5 e seguenti del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33*”;

VISTA la delibera n. 107/19/CONS, del 5 aprile 2019, recante “*Adozione del Regolamento concernente le procedure di consultazione nei procedimenti di competenza dell’Autorità*”;

VISTA la delibera n. 216/00/CONS del 5 aprile 2000, recante “*Determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato*” e, in particolare, l’Allegato A, recante “*Specifiche tecniche per la realizzazione di sintonizzatori-decodificatori per la ricezione dei segnali di televisione digitale numerica*”;

VISTA la delibera n. 155/09/CONS del 31 marzo 2009, recante “*Integrazione della delibera n. 216/00/CONS a seguito del nuovo piano nazionale di ripartizione delle frequenze*”;

VISTA la delibera n. 629/10/CONS del 9 dicembre 2010, recante “*Integrazione della delibera n. 216/00/CONS a seguito del piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre*”;

VISTA la delibera n. 685/15/CONS del 16 dicembre 2015, recante “*Modifiche alla determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato di cui alla delibera n. 216/00/CONS*”;

VISTA la delibera n. 367/13/CONS, del 4 giugno 2013, recante “*Costituzione del Tavolo Tecnico con il compito di individuare le soluzioni relative allo standard dei decodificatori, alla navigazione tematica tra i canali attraverso le guide elettroniche ai programmi (EPG), in previsione dell’obbligo di integrazione del DVB-T2 in tutti gli apparecchi atti a ricevere servizi radiotelevisivi, venduti a partire dal 1 gennaio 2015, ai sensi dell’articolo 3-quinquies, comma 5, del decreto legge 2 marzo 2012, n. 16, convertito, con modificazioni, dalla legge 26 aprile 2012 n. 44*”;

VISTA la delibera n. 482/14/CONS, del 23 settembre 2014, recante “*Istituzione di un osservatorio permanente sull’innovazione dei servizi di media audiovisivi*”;

VISTA la delibera n. 39/19/CONS, del 7 febbraio 2019, recante “*Piano nazionale di assegnazione delle frequenze da destinare al servizio televisivo digitale terrestre (PNAF)*”, come modificata dalla delibera n. 162/20/CONS, del 23 aprile 2020 e, da ultimo, dalla delibera n. 43/22/CONS, del 10 febbraio 2022;

VISTA la delibera n. 116/21/CONS, del 21 aprile 2021, recante “*Aggiornamento del piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, delle modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e delle relative condizioni di utilizzo*”;

VISTA la delibera n. 266/22/CONS, del 19 luglio 2022, recante “*Approvazione delle Linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ai sensi dell’articolo 59, comma 6, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208. (Quinquennio 2023-2028)*”;

VISTE le richieste di informazioni inviate ai soggetti interessati in data 22 luglio 2022, 12 settembre 2022 e 13 ottobre 2022;

VISTA l’istanza di audizione presentata dall’Associazione Confindustria Radio Televisioni;

SENTITA in audizione, in data 11 ottobre 2022, l’Associazione Confindustria Radio Televisioni;

CONSIDERATE le risposte alle richieste di informazioni inviate ai soggetti interessati;<sup>1</sup>

CONSIDERATO quanto segue:

1. Premessa.....	4
2. Il quadro normativo e tecnico di riferimento .....	10
3. Il contesto europeo .....	13
4. Le misure di <i>prominence</i> .....	18
4.1. L'accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre .....	19
4.2. La <i>prominence</i> dei servizi di interesse generale.....	22

## 1. Premessa

Il presente provvedimento ha ad oggetto l'adozione di misure volte a garantire adeguato rilievo ("*prominence*") ai servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale e al sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, così come previsto dall'articolo 29 del *Tusma*.

L'articolo in parola prevede, infatti, che l'Autorità emani: *i*) delle linee guida che definiscano i criteri di qualificazione di un servizio come "*di interesse generale*" al fine di darne adeguato rilievo (commi 1 e 2) e *ii*) delle prescrizioni regolamentari volte a garantire che il sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre sia installato e agevolmente accessibile su tutti gli apparecchi televisivi in tecnologia digitale terrestre (comma 7).

La *prominence* di alcune categorie di contenuti e servizi è stata oggetto di attenzione da parte del legislatore italiano a partire dai primi anni '70, fino a giungere alle più recenti previsioni del *Tusma* e alle norme *ad hoc* incluse nell'ultimo *Codice delle comunicazioni*

---

<sup>1</sup> I soggetti che hanno risposto alla richiesta di informazioni sono: Aeranti-Corallo, Amazon Italia Services S.r.l., ANDEC (Associazione Nazionale Importatori e Produttori di Elettronica Civile), Anitec-Assinform (Associazione Italiana per l'Information and Communication Technology (ICT)), Apple Distribution International Ltd., Associazione "Media Audiovisivi Europei" (M.AV.E.), Associazione OMItaliane, Associazione Tv Insieme, Confindustria Radio Televisioni, Dazn Media Services S.r.l., Discovery Italia S.r.l., GEDI Gruppo Editoriale S.p.A., Google Italy S.r.l., La7 S.p.A., Mediaset S.p.A., Radio 24 (Il Sole 24 ore S.p.A.), Radio Italia S.p.A., Radio Nazionali Associate, Rai – Radiotelevisione Italiana S.p.A., RTL 102.500 HIT RADIO S.r.l., Sky Italia S.r.l., The Walt Disney Company Italia S.r.l., TIM S.p.A., Vodafone Italia S.p.A..

*elettroniche*. Inoltre, anche il legislatore europeo, con la *direttiva sui servizi di media audiovisivi*, ha previsto che gli Stati membri possano adottare misure volte ad assicurare debito rilievo ad alcune tipologie di servizi.

In particolare, l'intento del legislatore italiano è stato quello di assicurare un adeguato rilievo (“*prominence*”) ai servizi di media audiovisivi di interesse generale, indipendentemente dalla piattaforma di fornitura, al fine di assicurare il pluralismo, la libertà di espressione, la diversità culturale e l'effettività dell'informazione per la più ampia utenza possibile. Al contempo, il legislatore ha inteso altresì preservare la disponibilità e l'accessibilità dei contenuti fruibili tramite piattaforma digitale terrestre e, tramite l'imposizione di obblighi di accesso in capo agli operatori di rete, di garantire ai soggetti interessati l'accesso alle guide elettroniche ai programmi (EPG) e alle interfacce *software* tra le applicazioni (API).

In estrema sintesi, tramite tali norme, descritte in dettaglio nel successivo paragrafo, il legislatore ha voluto garantire che le offerte pertinenti siano immediatamente portate all'attenzione – limitata – degli utenti e che – tramite il nuovo gettito di introiti derivante dalla nuova acquisita rilevanza – i fornitori di contenuti multimediali siano in grado di rifinanziare la produzione di contenuti di interesse generale.

Con il presente provvedimento si intende attuare le citate previsioni normative in materia di *prominence*, tenendo conto della continua evoluzione del contesto tecnologico e di mercato, nel quale il posizionamento dei contenuti audiovisivi assume sempre più una rilevanza strategica.

Grazie alla digitalizzazione ed alla diffusione della trasmissione su IP, negli ultimi anni si è assistito, infatti, a un aumento esponenziale dell'offerta di contenuti audiovisivi e radiofonici, che al contempo risulta sempre più frammentata, in conseguenza della presenza di una pluralità e diversità di soggetti fornitori e di piattaforme e dispositivi disponibili per la fruizione dei contenuti. In tale contesto, non sempre risulta agevole, per l'utente, identificare quei contenuti informativi, politici, educativi, scientifici, ma anche di intrattenimento, rilevanti ai fini della costruzione della coscienza collettiva e la formazione dell'opinione pubblica.

Questo contesto viene reso ancora più complesso dal sempre più frequente ricorso, da parte degli utenti, a dispositivi connessi a Internet, quali *smart tv*, *decoder* e *tv box* di ultima generazione, che hanno reso necessari (ma anche possibili) metodi di ricerca e di visualizzazione dei canali e dei programmi da parte degli utenti più vari e più complessi rispetto all'utilizzo del tradizionale tastierino numerico, della *Electronic Program Guide* e dell'associata lista di canali. Ci si riferisce a tasti specifici sui telecomandi che indirizzano direttamente a particolari applicazioni, contenuti o fornitori di media

audiovisivi (solitamente non-lineari), interfacce grafiche di presentazione dei contenuti, nonché funzioni di ricerca testuali o vocali avanzate. Inoltre, si evidenzia il sempre maggiore utilizzo di assistenti vocali in casa, in auto, su *smartphone* e *tablet*, con l'immediata conseguenza che l'accesso ai contenuti audiovisivi e radiofonici risulta sempre più intermediato dai fornitori di tali dispositivi.

La proliferazione di dispositivi da cui è possibile accedere ai contenuti audiovisivi e radiofonici ha significativamente modificato il modello di fruizione dei contenuti stessi. Mentre fino a qualche anno fa tali contenuti erano fruibili (e venivano fruiti) principalmente tramite le piattaforme digitale terrestre e satellitare, oltre che tramite gli apparecchi radio, mentre l'accesso ai contenuti via Internet era confinato ad altre piattaforme e dispositivi, negli ultimi anni si sono diffuse modalità di fruizione dei contenuti "ibride", in quanto tramite uno stesso dispositivo (quale, ad esempio, un televisore connesso ad Internet) gli utenti possono accedere ai contenuti audiovisivi e radiofonici trasmessi sia in *broadcast*, sia su IP. Le modifiche nella fruizione dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, sempre più orientata verso l'uso di dispositivi connessi, hanno di conseguenza conferito un ruolo di primo piano ai produttori di dispositivi e agli sviluppatori di sistemi operativi e di interfacce *software*, i quali, definendo le logiche sottostanti la visibilità e l'accesso ai contenuti (lineari e *on demand*, in *broadcasting* e *online*), hanno rafforzato così il proprio ruolo di intermediari.

Rileva, in tale ambito, anche il mutamento delle abitudini di consumo causato dalla recente pandemia, che ha spostato all'interno delle mura domestiche molte delle attività svolte quotidianamente e che, nel corso del periodo 2019-2021, ha fatto lievitare la domanda di dispositivi tecnologici e di connessioni: nel 2021 gli schermi all'interno delle abitazioni sono pari a circa 119,4 milioni (+6,2% rispetto al 2019), con una media di cinque schermi per ogni famiglia, le famiglie con una connessione ad Internet sono il 90,2% del totale delle famiglie italiane (+3,6%) e quelle con una connessione sia di rete fissa che di rete mobile risultano pari al 59,4% rispetto al totale delle famiglie (+6,2%).<sup>2</sup>

Tra gli schermi, in netto aumento risultano soprattutto le *smart tv*, che nel 2021 superano i 15 milioni (+46,6% negli ultimi due anni), e che se, da un lato, concedono nuova linfa vitale alla televisione, come strumento per soddisfare i crescenti bisogni di informazione e intrattenimento, dall'altro rappresentano ormai degli ulteriori *device* – in aggiunta a *smartphone* e *personal computer* – che gli italiani possono utilizzare per accedere a un numero maggiore di contenuti e servizi rispetto al tradizionale televisore, collegarsi ad Internet e svolgere attività a distanza. Si pensi che nel 2021, quasi quattro milioni di individui utilizzano la *smart tv* per navigare sui siti Internet, abitudine che

---

<sup>2</sup> Quarto Rapporto Auditel-Censis, 19 novembre 2021.

conferisce a tali dispositivi un nuovo ruolo ibrido, a metà tra *monitor* di *computer* e dispositivo televisivo per l'accesso ai servizi audiovisivi e radiofonici. In realtà, non tutte le *smart tv* vengono utilizzate in tutte le loro funzionalità: su 15,5 milioni di *smart tv* presenti nel 2021 nelle case degli italiani, sono 12,3 milioni i dispositivi effettivamente collegati ad Internet e sono circa 2,6 milioni le famiglie che hanno una *smart tv* non collegata.<sup>3</sup>

Anche le abitudini di visione si sono evolute nel corso degli anni: nel 2020 oltre sette milioni di italiani guardavano su Internet i programmi televisivi in onda in contemporanea sulla televisione lineare, con un aumento del 24,6% rispetto all'anno precedente. Inoltre, 24 milioni di italiani (+48,4%) si collegavano ad Internet e utilizzavano applicazioni *ad hoc*, gratuite o a pagamento, per guardare contenuti, filmati e programmi.<sup>4</sup>

Più in dettaglio, da una analisi dei dati sugli indici d'ascolto televisivi relativi al 2021, emerge una tendenza contrapposta tra le *audience* delle piattaforme digitale terrestre e satellitare, da un lato, e di *video on demand*, dall'altro. Infatti, per canali gratuiti e a pagamento, il numero di fruitori nel giorno medio dell'anno diminuisce del 9% rispetto al 2020, riportandosi su valori in linea con quelli dei periodi precedenti alla crisi pandemica. Al contrario, i servizi di *video on demand* a pagamento, dopo aver riportato un decisivo aumento di *share* nel 2020 (passando da 11,2 a 14,3 milioni di utenti unici di siti e *app* nel mese medio dell'anno), hanno continuato a crescere nel 2021, raggiungendo i 14,9 milioni di utenti unici.<sup>5</sup>

Il successo dei servizi di *video on demand* è testimoniato anche dalla riduzione del livello di concentrazione del settore televisivo nel suo insieme (per cui l'indice HHI – Herfindahl-Hirschman Index – passa da 2.436 a 2.185 nell'ultimo anno).<sup>6</sup> Sebbene i primi tre operatori (Rai, Sky e Fininvest) detengano ancora il 79% delle risorse complessive, rileva l'incidenza dei fornitori di servizi di *video on demand*, che guadagnano posizioni arrivando a rappresentare congiuntamente l'11% del totale.

Se si osserva più nel dettaglio il settore della televisione a pagamento, si può notare da un lato, che i ricavi da vendita di offerte a pagamento (*pay tv* e *pay per view*) e pubblicità riconducibili alle piattaforme satellitare e digitale terrestre, che costituiscono ancora la parte prevalente del totale, diminuiscono del 14,5% nell'ultimo anno, dall'altro che le risorse generate dalle offerte di servizi *online*, comprendendo fra queste sia le

---

<sup>3</sup> *Ibidem*.

<sup>4</sup> *Ibidem*.

<sup>5</sup> Cfr. Relazione annuale 2022 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

<sup>6</sup> *Ibidem*, Appendice statistica.

sottoscrizioni di abbonamenti (S-VOD), sia la vendita e il noleggio di singoli contenuti (EST e T-VOD), esibiscono un tasso di crescita che supera il 30%. I ricavi afferenti a quest'ultima componente, pertanto, assumono un valore sempre più significativo, tanto da sfiorare il miliardo di euro nel 2021, con un'incidenza sul totale della televisione a pagamento sette volte superiore a quella di cinque anni fa. La frenata delle entrate da abbonamenti su satellite e digitale terrestre e il rafforzamento delle quote di ricavi realizzati dai fornitori di servizi di *video on demand* (tra cui Netflix, Dazn, Amazon Prime, Disney+, TIM Vision) influiscono sugli assetti di mercato: si riscontra, infatti, dal 2020 al 2021, una riduzione del livello di concentrazione del settore della televisione a pagamento, con l'indice HHI che, nonostante continui ad essere elevato, passa da 6.485 a 5.264 (nel 2019 si attestava al di sopra di 7.000).<sup>7</sup>

Per quanto concerne il settore radiofonico, da un primo esame dei dati dell'*audience* radiofonica, emerge che al primo posto della lista dei dispositivi utilizzati per l'ascolto – in termini di numero di ascoltatori nel giorno medio – si colloca l'autoradio (circa 23,4 milioni, pari a circa il 70% rispetto al totale degli ascoltatori), seguita dall'apparecchio radio (9,8 milioni), dal dispositivo televisivo (circa 3,8 milioni) e dallo *smartphone* (circa 3,5 milioni).<sup>8</sup> L'autoradio, e di conseguenza l'ascolto di contenuti radiofonici in mobilità, si rivela tuttora la scelta d'elezione per l'accesso ai contenuti radiofonici.

Nello scenario descritto, la moltiplicazione di dispositivi e piattaforme per accedere ai servizi di media audiovisivi e radiofonici da un lato, e l'integrazione della trasmissione su IP con i dispositivi televisivi "tradizionali" dall'altro, hanno modificato profondamente il paradigma di accesso ai contenuti. In tale contesto, le modalità di presentazione e di ricerca dei contenuti attraverso specifiche interfacce utente rivestono un'enorme importanza: se è vero che tali modalità consentono agli utenti di orientarsi tra una molteplicità di servizi e programmi tramite presentazioni personalizzate (anche sulla base di specifici algoritmi di raccomandazione) in base alle proprie abitudini di visione, è anche vero che dando un diverso rilievo – anche in base all'esistenza di contratti di licenza stipulati tra fornitori di servizi di media audiovisivi e produttori di apparati – ai differenti contenuti presentati o limitando le possibilità di personalizzazione, sono in grado di influenzare, se non di indirizzare, di fatto la scelta degli utenti.

Del resto, è risaputo che l'ordine con cui vengono presentati i risultati delle ricerche degli utenti sui motori di ricerca assume un rilievo assoluto: un posizionamento più in

---

<sup>7</sup> *Ibidem.*

<sup>8</sup> TER (Tavolo Editori Radio), I semestre 2022.

alto nella lista dei risultati può aumentare di decine, se non centinaia,<sup>9</sup> di volte la probabilità che un *link* venga scelto. Di conseguenza, i motori di ricerca alterano volutamente, introducendo varie forme di *search bias*, l'ordine dei risultati delle ricerche al fine di massimizzare i propri profitti da pubblicità *on-line*. In assenza di specifiche ricerche sull'argomento, è comunque plausibile ritenere che, anche nell'ambito delle interfacce utente delle *smart tv*, dei *decoder* e di altri apparati multimediali connessi, la *prominence* dei contenuti possa assumere un analogo rilievo.

Spesso, infatti, la scelta di dare particolare visibilità a determinati contenuti è dettata dall'opportunità di evidenziare i contenuti di maggiore successo, quali ad esempio quelli con una maggiore *audience* o quelli più "cliccati", o i contenuti che con maggiore probabilità possono suscitare l'interesse dell'utente sulla base di precedenti visualizzazioni e dell'interazione dell'utente con contenuti simili. Tali contenuti non sempre rientrano nell'alveo dei contenuti definibili come di interesse generale; si pensi ad esempio a quelli che, seppur di minor valore rispetto ai contenuti di giornalismo professionale, essendo presentati in maniera più accattivante, sono in grado di attrarre maggiormente l'attenzione dell'utente. Lo scenario raffigurato è reso ancora più complesso dall'aumento esponenziale del consumo di contenuti non lineari e *online*, accessibili in qualsiasi momento l'utente decida di fruirne, circostanza che rende ancora più difficile la *findability* di contenuti e servizi di interesse generale nella pleora di servizi disponibili.

Come riconosciuto anche dall'*European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA),<sup>10</sup> pur tenendo conto della nuova realtà di distribuzione e visualizzazione dei contenuti media e della circostanza che le scelte degli operatori di piattaforma e dei distributori di contenuti sono orientate a conseguire il maggiore vantaggio finanziario piuttosto che essere basate su considerazioni di interesse generale, la *direttiva sui servizi di media audiovisivi* prevede che gli Stati membri possano adottare appropriate misure legislative al fine di incentivare i fornitori di servizi ad assicurare la *prominence* dei servizi di media audiovisivi di interesse generale. Appropriate misure di *prominence* possono, difatti, rivestire un ruolo fondamentale nella lotta alla disinformazione e nel promuovere gli investimenti nel settore del giornalismo e dei contenuti di alta qualità.

---

<sup>9</sup> Glick *et al.* (2014), "How Does Ranking Affect User Choice in Online Search?", *Review of Industrial Organization*, 45:99–119, stimano che il passaggio dalla decima alla prima posizione nell'ordine dei risultati di una ricerca può aumentare la probabilità di un *link* di essere cliccato da circa nove volte ad oltre 120 volte.

<sup>10</sup> Cfr. ERGA (2020), "Ensuring Prominence and Access of Audiovisual Media Content to all Platforms (Findability) - Deliverable 1: Overview document in relation to Article 7a of the Audiovisual Media Services Directive".

L'attenzione degli utenti nei confronti di determinati contenuti media determina, infatti, il prezzo delle inserzioni pubblicitarie. La disponibilità a pagare degli inserzionisti per raggiungere il proprio *target* dipende dalle caratteristiche degli stessi (categoria merceologica del bene/servizio pubblicizzato, dimensioni dell'impresa, *etc.*) e dall'affinità del *target* cui il messaggio pubblicitario si rivolge (in un preciso arco temporale) con il *target* del bene/servizio pubblicizzato. Il prezzo teorico dello spazio pubblicitario è quindi funzione della quantità – *share* – e qualità – *affinity index* – delle *audience* che in un dato momento fruiscono del mezzo su cui il contenuto è veicolato: se un contenuto risulta di difficile reperibilità possono diminuire, di conseguenza, i ricavi che derivano dalla pubblicità. Tale diminuzione si aggiunge alla già significativa perdita di ricavi causata dalla proliferazione di fornitori, e quindi di offerte, di servizi media, che contribuisce a creare una notevole frammentazione dell'*audience*. In estrema sintesi, una maggiore *prominence* comporta una migliore visibilità dei contenuti e un maggiore numero di *click* e di visualizzazioni da parte degli utenti e, di conseguenza, maggiori investimenti, incentivati dai maggiori ricavi in termini di pubblicità.

Considerato il contesto tecnologico e di mercato descritto, nonché il quadro normativo in cui si innesta il procedimento in oggetto, appare quantomai necessario trovare un giusto equilibrio tra l'imposizione di prescrizioni *ad hoc* mirate a fornire adeguato rilievo ad alcune categorie di contenuti e servizi da un lato, e l'opportunità di continuare a garantire la più ampia possibilità di scelta ai consumatori dall'altro.

Nei paragrafi che seguono si riporta una sintetica descrizione del quadro normativo e tecnico di riferimento (paragrafo 2), una rappresentazione delle previsioni già adottate – o in procinto di essere adottate – in materia di *prominence* dei servizi di interesse generale a livello europeo (paragrafo 3) e i contenuti delle misure di *prominence* oggetto del presente provvedimento (paragrafo 4).

## **2. Il quadro normativo e tecnico di riferimento**

Il quadro di riferimento normativo nazionale del presente provvedimento è principalmente costituito dal *Tusma* e dal *Codice delle comunicazioni elettroniche*.

Allo scopo di assicurare alla più ampia utenza possibile il pluralismo, la libertà di espressione, la diversità culturale e l'effettività dell'informazione, l'articolo 29 del *Tusma* prevede, al comma 1, che debba essere garantito adeguato rilievo (*prominence*) ai servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale forniti mediante qualsiasi strumento di ricezione o accesso e mediante qualsiasi piattaforma. Il successivo comma 2 attribuisce all'Autorità il compito di definire mediante linee guida i criteri di qualificazione di un servizio quale servizio di interesse generale, nonché le modalità e i criteri cui i produttori di apparecchi idonei alla ricezione di segnali radiotelevisivi o

radiofonici, i prestatori di servizi di indicizzazione, aggregazione o reperimento di contenuti audiovisivi o sonori o, ancora, i prestatori che determinano le modalità di presentazione dei servizi sulle interfacce degli utenti, dovranno attenersi allo scopo di assicurare l'osservanza di quanto previsto al comma 1.

Sempre in tema di *prominence*, il comma 7 dell'articolo 29 del *Tusma* prevede, inoltre, che tutti gli apparecchi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre, anche se abilitati alla connessione Internet, debbano avere installato il sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre. L'articolo in parola prevede, altresì, che il sistema di numerazione debba essere agevolmente accessibile, che l'Autorità emani le prescrizioni regolamentari necessarie all'attuazione di tali previsioni ed emetta, nei confronti dei soggetti che producono o importano gli apparecchi, i provvedimenti necessari a garantirne l'osservanza.<sup>11</sup>

In tale ambito, rileva anche quanto previsto dall'articolo 72, comma 2, del *Codice delle comunicazioni elettroniche*, ossia che “[...] fatte salve le misure che potrebbero essere adottate nei confronti di imprese designate come detentrici di un significativo potere di mercato ai sensi dell'articolo 79, l'Autorità può imporre: [...] d) nella misura necessaria a garantire l'accessibilità per gli utenti finali ai servizi di diffusione radiotelevisiva in digitale e servizi complementari correlati specificati dall'Autorità, l'obbligo agli operatori di garantire l'accesso alle altre risorse di cui all'allegato n. 2, parte 2, a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie”, cioè di garantire l'accesso alle interfacce per programmi applicativi (API) e l'accesso alle guide elettroniche ai programmi (EPG).

Mentre quanto disposto dal comma 7 dell'articolo 29 del *Tusma* è di matrice prettamente nazionale, le previsioni di cui all'articolo 29, commi 1 e 2, del *Tusma* sono state adottate in recepimento dell'articolo 7bis della *direttiva sui servizi di media audiovisivi*, che prevede che “*gli Stati membri possono adottare misure volte a garantire che si dia debito rilievo ai servizi di media audiovisivi di interesse generale*”. Il considerato 25 della *direttiva* precisa, inoltre, che gli Stati membri hanno la facoltà di imporre obblighi intesi ad assicurare l'adeguato rilievo dei contenuti di interesse generale nell'ambito di obiettivi definiti di interesse generale, quali il pluralismo dei media, la libertà di espressione e la diversità culturale. Tali obblighi, per legittime considerazioni di interesse pubblico, dovrebbero essere imposti solo se proporzionati e solo se risultano necessari per conseguire obiettivi di interesse generale chiaramente definiti dagli Stati membri in conformità con il diritto dell'Unione.

---

<sup>11</sup> Il *Tusma* specifica anche il presidio sanzionatorio che l'Autorità deve applicare in caso di mancata ottemperanza ai suddetti provvedimenti (cfr. l'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249).

A tal proposito, si rileva che il legislatore italiano aveva già riconosciuto il carattere di preminente interesse generale del servizio radiotelevisivo, quando con la legge 14 aprile 1975, n. 103, indicava che la diffusione di programmi radiofonici e di programmi televisivi costituisce, ai sensi dell'articolo 43 della Costituzione, un servizio pubblico essenziale ed a carattere di preminente interesse generale, volto ad ampliare la partecipazione dei cittadini e a concorrere allo sviluppo sociale e culturale del Paese in conformità ai principi sanciti dalla Costituzione.

Successivamente, con la legge 6 agosto 1990, n. 223, il carattere di preminente interesse generale della *“diffusione di programmi radiofonici o televisivi, realizzata con qualsiasi mezzo tecnico”* veniva esteso anche ai concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva. Tale principio era espresso anche all'articolo 7 del precedente testo unico,<sup>12</sup> e, infine, ribadito nell'articolo 6, comma 1, del *Tusma*, con la previsione *“l'attività di informazione mediante servizio di media audiovisivo o radiofonico costituisce un servizio di interesse generale [...]”*.

È opportuno richiamare, inoltre, quanto previsto dalla convenzione stipulata nel 2017 tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI in occasione della concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale.<sup>13</sup> Tale convenzione, all'articolo 1, stabilisce che la concessione ha per oggetto il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale *“da intendersi come servizio di interesse generale”*, consistente nell'attività di produzione e diffusione su tutte le piattaforme distributive di contenuti audiovisivi e multimediali, diretti, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, a garantire un'informazione completa e imparziale, nonché a favorire l'istruzione, la crescita civile, la facoltà di giudizio e di critica, il progresso e la coesione sociale, promuovere la lingua italiana, la cultura, la creatività e l'educazione ambientale, salvaguardare l'identità nazionale e assicurare prestazioni di utilità sociale.

In tema di servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, rileva l'indicazione di migliorare e aggiornare la presenza della RAI in ambiente digitale, espressa recentemente sia nella delibera dell'Autorità di approvazione delle linee guida sul contenuto degli obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale,<sup>14</sup> sia nell'Atto di indirizzo per la definizione delle linee guida sul contenuto

---

<sup>12</sup> Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44.

<sup>13</sup> *“Convenzione fra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI per la concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale (approvata con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri su proposta del Ministro dello sviluppo economico di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze del 28 aprile 2017)”*.

<sup>14</sup> Cfr. delibera n. 266/22/CONS, del 19 luglio 2022, recante *“Approvazione delle Linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ai sensi dell'articolo 59, comma 6, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208. (Quinquennio 2023-2028)”*.

del contratto di servizio 2023-2028, approvato in Consiglio dei Ministri il 18 maggio 2022. In entrambi i provvedimenti si sollecita lo sviluppo di politiche aziendali dirette ad assicurare la visibilità e l'accesso dei contenuti della RAI nelle televisioni connesse, con particolare riguardo all'ordinamento (*listing*) dei contenuti, ai meccanismi di personalizzazione e filtraggio, in coerenza con le linee guida sulla *prominence* previste dal *Tusma*.

Il contesto normativo descritto, pur prevedendo che sia fornito adeguato rilievo ai servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale e al sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, non fornisce indicazioni circa la fattibilità tecnica di queste previsioni, né specifica le modalità implementative delle misure di *prominence*. A tal proposito, si segnala che proprio al fine di esplorare l'opportunità di progettare soluzioni tecniche che possano fornire assistenza agli Stati membri nell'implementazione delle misure di *prominence* previste dalla *direttiva sui servizi di media audiovisivi*, nel 2021 il consorzio DVB (*Digital Video Broadcasting*) ha stabilito una *task force ad hoc* (denominata *CM-TF-AVMS group*). La *task force* ha recentemente prodotto un documento tecnico contenente i requisiti commerciali mirati a supportare un'efficace implementazione delle previsioni di cui all'articolo 7-bis della *direttiva*.<sup>15</sup> In estrema sintesi, la soluzione proposta – consistente in una specifica aggiuntiva dello *standard* DVB, piuttosto che in una soluzione *ad hoc* – consentirebbe, tramite un apposito meccanismo di *signalling*, l'identificazione univoca dei servizi come servizi di interesse generale, una volta implementata dalle piattaforme e dai fornitori che distribuiscono tali servizi, nonché dai produttori di dispositivi che devono attuare le misure di *prominence* in accordo a quanto previsto dalla *direttiva sui servizi di media audiovisivi*.

### 3. Il contesto europeo

A conferma dell'interesse e dell'attenzione suscitata dalla *prominence* dei servizi di interesse generale, si evidenzia che tale tema è presente nel programma di lavoro dell'*European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA) dal 2020, anno in cui l'argomento venne affrontato in un primo *report*;<sup>16</sup> interesse poi confermato nel 2021 e nel 2022, nell'ambito dei lavori del Sottogruppo 1 (SG1), coordinato dall'Autorità.

---

<sup>15</sup> “*Commercial requirements for AVMS signalling*”, DVB Document C101 del febbraio 2022.

<sup>16</sup> Cfr. ERGA (2020) “*Ensuring Prominence and Access of Audiovisual Media Content to all Platforms (Findability) - Deliverable 1: Overview document in relation to Article 7a of the Audiovisual Media Services Directive*”.

Nel 2021, il SG1 ha prodotto un rapporto sullo scambio di buone pratiche in tema di rilievo dei servizi di interesse generale,<sup>17</sup> mentre nel 2022 ha approfondito le modalità con cui algoritmi e sistemi di raccomandazione possono assicurare la *prominence* sia dei servizi di interesse generale, sia delle opere europee sui servizi di media *on-demand* (oggetto di altra previsione della *direttiva*).<sup>18</sup>

Finora, oltre all'Italia, solo cinque Stati hanno adottato, o sono in procinto di adottare, misure concernenti la *prominence* dei contenuti di interesse generale (Belgio, Francia, Germania, Irlanda e Regno Unito).<sup>19</sup>

Al fine di fornire un quadro sintetico circa il contenuto, l'ambito di applicazione e la declinazione delle misure adottate finora in Europa, nel seguito si riporta: *i*) lo stato di adozione delle misure; *ii*) la definizione dei servizi di interesse generale; *iii*) le modalità con cui deve essere assicurata la *prominence* e *iv*) i soggetti destinatari degli obblighi e su quale tipologia di piattaforme o dispositivi deve essere assicurata la *prominence*.

### 3.1 Lo stato di adozione delle misure di *prominence*

In Belgio, il decreto che traspone la *direttiva sui servizi di media audiovisivi* consente al Governo di prevedere norme che assicurino adeguata rilevanza, visibilità e reperibilità (*findability*) ai servizi di media audiovisivi di interesse generale; al momento, il Governo non ha ancora attuato tale previsione.

In Francia risultano in vigore dal 1° gennaio 2022 delle misure relative alla *prominence* dei contenuti di interesse generale (come conseguenza di un'ordinanza governativa del 21 dicembre 2020). Inoltre, nel mese di aprile 2022, il Governo ha notificato alla Commissione europea una bozza di decreto applicativo che stabilisce le soglie che consentono di individuare gli operatori soggetti agli obblighi.<sup>20</sup> Nel mese di luglio 2022, la Commissione europea ha emesso un'opinione sulla bozza di decreto, con la quale ha espresso parere sfavorevole alle misure poiché: *i*) gli obblighi proposti, in quanto applicabili anche ai fornitori con sede in altri Stati membri, rischiavano di

---

<sup>17</sup> Cfr. ERGA (2021) “*Consistent implementation and enforcement of the new AVMSD framework. Workstream 1 Best practice exchange: Analysis of implementing national measures: Overview document on the exchange of best practices regarding Art. 7a and 7b AVMS*”.

<sup>18</sup> Cfr. ERGA (2022) “*Exploring how algorithms and recommendation systems could ensure the appropriate prominence of audiovisual media services of general interest (Article 7a) as well as the prominence of European works (Article 13(1))*”.

<sup>19</sup> Fonte Cullen (2022) “*Prominence/discoverability of audiovisual media services of general interest*”.

<sup>20</sup> La bozza di decreto propone due soglie sopra le quali i fornitori sono soggetti agli obblighi previsti: *i*) 150.000 interfacce utente per servizi disponibili su un dispositivo audiovisivo nell'ultimo anno civile (ad esempio, apparati televisivi, video proiettori, periferiche collegate ad apparati televisivi, assistenti personali connessi); *ii*) tre milioni di visitatori unici al mese per le interfacce utente fornite da distributori di servizi audiovisivi *online* o disponibili in *app store*.

costituire una restrizione alla fornitura transfrontaliera di servizi della società dell'informazione e ii) il decreto presentava il rischio di configurarsi come un obbligo, in capo ai fornitori di interfacce utente, di “monitoraggio” delle informazioni trasmesse.<sup>21</sup>

In Germania, misure relative alla *prominence* dei contenuti di interesse generale risultano in vigore dal 7 novembre 2020. L’*“Interstate Media Treaty”*, che traspone la *direttiva sui servizi di media audiovisivi*, stabilisce che determinati contenuti debbano essere facilmente reperibili sulle interfacce utente.

In Irlanda, la bozza di decreto che traspone la *direttiva sui servizi di media audiovisivi* prevede che il regolatore possa adottare misure che assicurino la *prominence* di determinati programmi e servizi nelle guide interattive.

Nel Regno Unito, sono già in vigore misure per assicurare la *prominence* dei servizi lineari del servizio pubblico, mentre le misure sulla *prominence* dei servizi *on demand* del servizio pubblico sono attualmente oggetto di discussione.

### **3.2 La definizione dei servizi di interesse generale**

In Belgio, rientrano nell’ambito dei servizi televisivi di interesse generale il servizio pubblico e designati servizi commerciali.

In Francia, i servizi oggetto delle misure sono i servizi e i programmi offerti dai fornitori del servizio pubblico.<sup>22</sup> L’autorità nazionale di regolazione (ARCOM) può decidere di includere altri programmi e servizi, dopo una fase di consultazione pubblica, tenuto conto del loro contributo al pluralismo e alla diversità culturale e di opinione. La lista dei programmi oggetto delle misure di *prominence* è resa pubblica dall’autorità francese.

I contenuti oggetto delle misure previste in Germania sono i servizi del servizio pubblico (*broadcasting, online* e radio). Per quanto riguarda i programmi commerciali di

---

<sup>21</sup> La Commissione europea ha specificato che la prima misura risulta in contrasto con quanto previsto dall’articolo 3, comma 4, lettera b), della *direttiva sul commercio elettronico*, che prevede che gli Stati membri seguano una procedura obbligatoria, consistente nel chiedere allo Stato membro in cui i fornitori di servizi hanno sede di prendere provvedimenti e, qualora ciò non accadesse o se i provvedimenti si rivelassero inadeguati, notificare il provvedimento alla Commissione europea e allo Stato membro. In proposito, la Commissione europea ha precisato che le autorità francesi non hanno fornito alcuna informazione su come queste previsioni saranno rispettate. Per quanto concerne la seconda misura, la Commissione europea ha evidenziato che essa non risulta compatibile con l’articolo 15, comma 1, della citata *direttiva*, che prevede che nella prestazione dei servizi della società dell’informazione gli Stati membri non impongano ai prestatori un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmettono o memorizzano, né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite.

<sup>22</sup> France Télévisions, Radio France, France Médias Monde, Arte-France, Parliamentary Channel, National Audiovisual Institute e TV5.

*broadcasting* e *online*, essi possono essere definiti servizi di interesse generale – dopo che il fornitore ne abbia fatto esplicita richiesta all’autorità – in accordo ad alcuni determinati criteri, quali il tempo dedicato a eventi politici e storici, il tempo dedicato all’informazione regionale e locale, il rapporto tra contenuti *in-house* e contenuti di terze parti, la percentuale di offerte accessibili, il rapporto tra personale con o senza esperienza coinvolto nella programmazione, la quota di opere europee, la percentuale di servizi destinati a un pubblico “giovane”. Le liste di programmi di interesse generale sono rese pubbliche dall’autorità e hanno una validità di tre anni.

In Irlanda, la bozza di decreto prevede che i programmi e servizi oggetto delle misure possono essere i programmi, i servizi di *broadcasting* ed i servizi *media on demand* del servizio pubblico,<sup>23</sup> e che il regolatore può adottare misure solamente per i programmi concernenti alcuni argomenti quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, la cultura irlandese, la storia, la tradizione, la società, lo sport, il cambiamento climatico, la sostenibilità ambientale, il giornalismo imparziale o indipendente, la scienza, l’educazione.

Nel Regno Unito, i servizi oggetto delle eventuali ulteriori misure di *prominence* dovrebbero essere una selezione dei contenuti *on demand* del servizio pubblico, purché forniti gratuitamente.

### **3.3 Le modalità con cui la *prominence* è assicurata**

In Irlanda, la bozza di decreto prevede che il regolatore possa imporre ai fornitori di interfacce utente di: *i*) riservare una sezione della *home page* ad alcune categorie di contenuti o servizi del servizio pubblico; *ii*) includere nella *home page* un *link* ben evidenziato alla EPG; *iii*) offrire funzionalità di ricerca che consentano agli utenti di trovare agevolmente i contenuti di servizio pubblico.

In Francia, la *prominence* può essere assicurata: *i*) nelle *home page* o sullo schermo; *ii*) nelle sezioni che forniscono suggerimenti agli utenti; *iii*) nei risultati delle ricerche effettuate dagli utenti; *iv*) sui telecomandi o sui dispositivi che consentono l’accesso ai servizi audiovisivi. L’opzione scelta deve assicurare che il fornitore del servizio o del programma a cui viene data *prominence* sia correttamente identificato.

---

<sup>23</sup> Un programma di servizio pubblico è un programma audiovisivo trasmesso in *broadcast* o reso disponibile nel catalogo di un servizio pubblico *on demand* (ossia i servizi offerti dai fornitori di servizio pubblico RTÉ e TG4, dai possessori di un contratto di servizio televisivo, ossia Virgin Media One, dai fornitori di servizi *media* designati come servizio pubblico di *broadcasting* o servizio *on demand* dal Ministero delle comunicazioni in seguito a una raccomandazione del regolatore).

In Germania, sono definiti due livelli di reperibilità (*findability*) dei servizi di *broadcasting* sulle interfacce utente degli apparati di ricezione televisiva:<sup>24</sup> il primo è volto ad assicurare la reperibilità dei servizi di *broadcasting* in generale, il secondo a dare rilevanza a determinati servizi all'interno della sezione destinata ai servizi di *broadcasting*.<sup>25</sup> Adeguata rilevanza deve, inoltre, essere assicurata anche ai servizi *online* che forniscono un contributo significativo alla diversità di opinione. Non sono definite le modalità con cui le misure di *prominence* devono essere attuate, ma è lasciata al soggetto responsabile dell'interfaccia utente la scelta di come implementare tecnicamente le misure. I fornitori di interfacce utente hanno sei mesi di tempo, a partire dalla data di pubblicazione delle liste di servizi di interesse generale, per attuare gli obblighi di *prominence*. L'effettiva *compliance* con le misure di *prominence* è supervisionata e controllata dalle autorità.

Nel Regno Unito, fra le proposte inerenti alle modalità con cui assicurare la *prominence* dei servizi *on demand* del servizio pubblico vi sono: *i*) l'inserimento di un singolo riquadro (*tile*) nelle *homepage* delle *smart tv*, tramite il quale dare evidenza e rendere disponibili tutti i servizi *online catch-up TV* di servizio pubblico; *ii*) un posizionamento di rilievo nell'ambito delle sezioni in cui vengono forniti suggerimenti agli utenti e vengono effettuate le ricerche dei contenuti. Le misure attualmente previste per i servizi lineari di *broadcasting* del servizio pubblico riguardano la numerazione dei canali nella EPG: i primi cinque canali sono infatti riservati ai fornitori del servizio pubblico.

In Belgio non sono state ancora definite le modalità concrete con cui dovrà essere garantita la *prominence* dei servizi di interesse generale.

### **3.4 I soggetti destinatari degli obblighi e le piattaforme e i dispositivi sui quali deve essere assicurata la *prominence***

In Belgio, non sono ancora stati individuati i soggetti sui quali possono essere imposti gli obblighi di *prominence*. Il decreto prevede che le misure possano essere imposte a tutti i soggetti che controllano l'interfaccia utente e hanno un impatto sulla visibilità e reperibilità dei contenuti.

---

<sup>24</sup> Le interfacce utente sono definite come le interfacce che forniscono una panoramica testuale, audio o video delle offerte o dei contenuti di una o più piattaforme media, dove per piattaforma media si intende il servizio che offre programmi di *broadcasting* e/o programmi *online* simil-*broadcasting* in un'offerta aggregata.

<sup>25</sup> In particolare, rilevanza ai servizi di fornitori pubblici e commerciali che includono contenuti di importanza regionale prodotti da terze parti e ai servizi privati che forniscono un contributo significativo alla diversità di opinione.

In Francia, i soggetti destinatari degli obblighi sono i fornitori e i gestori di interfacce utente che hanno un numero di utenti superiore a una soglia stabilita da decreto.<sup>26</sup> Tali soggetti devono assicurare, entro un determinato periodo di tempo stabilito da decreto, appropriata visibilità ai servizi di interesse generale, in accordo a specifiche condizioni stabilite da ARCOM. I soggetti destinatari degli obblighi sono tenuti a informare il regolatore, in accordo a una procedura definita dallo stesso regolatore, circa le misure messe in atto al fine di ottemperare agli obblighi.

In Germania, la *prominence* deve essere garantita sulle interfacce utente dei dispositivi per la ricezione di programmi forniti da piattaforme basate su infrastrutture dedicate (ad esempio, la rete via cavo) e da piattaforme su reti aperte (come le IPTV).<sup>27</sup>

In Irlanda, sulla base della già citata bozza di decreto, gli obblighi di *prominence* si applicheranno ai fornitori di guide interattive, ossia di interfacce utente, accessibili con un apparato terminale, tramite le quali un utente può selezionare un servizio o un programma.<sup>28</sup>

Nel Regno Unito, gli obblighi dovrebbero essere destinati ai fornitori delle piattaforme che sono usate da un numero significativo di utenti come mezzo principale per accedere ai contenuti televisivi *on demand*. Le regole saranno stabilite da Ofcom, autorità incaricata anche della risoluzione delle controversie.

#### 4. Le misure di *prominence*

Le misure concernenti la *prominence* dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale e del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, sottoposte a consultazione nazionale con il presente provvedimento, originano dal quadro normativo di riferimento, rappresentato al paragrafo 2, e si collocano in un contesto, quello europeo – descritto nel paragrafo 3 – in cui alcuni Stati hanno già intrapreso – e, in qualche caso, concluso – l’attività di regolamentazione dei servizi di interesse generale.

Come anticipato nei paragrafi precedenti, mentre quanto disposto dal comma 7 dell’articolo 29 del *Tusma* – ossia la previsione che il sistema di numerazione automatica

---

<sup>26</sup> L’interfaccia utente è definita come qualsiasi sistema che consente all’utente di scegliere tra diversi servizi audiovisivi (o tra i programmi relativi a tali servizi), installato su un apparato televisivo, su un dispositivo che si collega all’apparato televisivo o su assistenti personali connessi, o un sistema reso disponibile da un distributore o in un *app store*.

<sup>27</sup> Le misure non riguardano le piattaforme Internet, come i *social media* o i motori di ricerca, in considerazione del loro differente modello di *business* e della loro funzione di intermediari di contenuti, a differenza delle piattaforme media o delle interfacce utente dove il fornitore decide i contenuti da offrire.

<sup>28</sup> Le misure non riguardano le piattaforme Internet, come i *social media* o i motori di ricerca.

dei canali della televisione digitale terrestre sia installato e agevolmente accessibile su tutti gli apparecchi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre – è di matrice prettamente nazionale, le previsioni di cui all'articolo 29, commi 1 e 2, del *Tusma* derivano dal principio comunitario espresso dall'articolo 7bis della *direttiva sui servizi di media audiovisivi*.

Inoltre, mentre, nel primo caso, l'Autorità deve emanare delle prescrizioni regolamentari che attuino quanto previsto dal *Tusma*, nel secondo caso l'Autorità deve definire mediante linee guida i criteri di qualificazione di un servizio quale servizio di interesse generale e le modalità e i criteri cui i soggetti interessati dovranno attenersi.

In considerazione di tale duplice compito attribuito all'Autorità e della diversa natura dell'azione regolamentare prevista dal *Tusma*, il presente provvedimento reca due allegati, il primo contenente il regolamento concernente l'installazione e l'accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre e il secondo recante le linee guida circa i criteri relativi ai servizi di interesse generale.

Nei paragrafi seguenti sono presentate le misure di *prominence* proposte, riguardanti i due temi oggetto del presente provvedimento.

#### **4.1. L'accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre**

Per quanto concerne le misure in tema di accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, che in accordo a quanto previsto dal *Tusma* deve essere installato e agevolmente accessibile su tutti gli apparecchi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre, si rappresenta quanto segue.

Come è noto, ai sensi dell'articolo 32, comma 2, del precedente testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (nel seguito anche *Tusmar*),<sup>29</sup> a partire dal 2010 l'Autorità è l'istituzione competente ad adottare il piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre (LCN - *Logical Channel Numbering*). L'ordinamento automatico dei canali, in estrema sintesi, consente agli apparati riceventi di ordinare i programmi televisivi in maniera, appunto, automatica, in modo da consentire all'utente di visualizzarli secondo un ordine predefinito che risponda a criteri di semplicità d'uso e rispetto delle abitudini consolidate nel tempo. Già nel 2010, quindi, il legislatore nazionale, nel recepire la direttiva comunitaria, aveva ampliato la portata delle garanzie volte ad agevolare l'utente ad orientarsi nella nuova offerta digitale e a consentire una fruizione facilitata dei nuovi programmi.

---

<sup>29</sup> Cfr. d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, *Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*.

Dal punto di vista regolamentare, nel corso degli anni l’Autorità ha adottato numerose previsioni concernenti il sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre. Nel 2010, con la delibera di approvazione del primo piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento,<sup>30</sup> l’Autorità aveva previsto che i decodificatori, anche integrati nei televisori, destinati esclusivamente alla ricezione dei programmi digitali terrestri, dovessero disporre di una interfaccia grafica che consentisse almeno la visualizzazione della lista di tutti i canali nazionali e locali e della numerazione assegnata a ciascuno di essi tramite il descrittore LCN, al fine di facilitarne l’utilizzo da parte degli utenti. Inoltre, laddove tecnicamente possibile, i decodificatori dovevano disporre di una visualizzazione grafica suddivisa per generi di programmazione tematici, attraverso la quale, selezionando un genere tematico, fosse possibile accedere alla lista dei canali relativi allo stesso genere e scegliere il programma da visualizzare senza dover digitare il numero di canale LCN.

Tali previsioni testimoniano come, già nel 2010, l’Autorità aveva inteso prevedere l’installazione – seppur implicitamente, dal momento che la visualizzazione ne presuppone l’installazione – del sistema LCN su *decoder* e televisori con *decoder* integrato. Inoltre, con la previsione di un’apposita interfaccia grafica e di una visualizzazione tematica, si perseguiva l’intento di rendere immediata e facilitata la fruizione dei contenuti disponibili in digitale terrestre.

La delibera summenzionata è stata successivamente annullata dal Consiglio di Stato.<sup>31</sup> Le disposizioni citate sono state riprese successivamente, nel 2015,<sup>32</sup> con la delibera che ha modificato la determinazione degli *standard* dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato già previsti dall’Autorità nell’anno 2000.<sup>33</sup> In tale sede, l’Autorità ribadiva quanto già previsto dalla delibera di approvazione del primo piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, introducendo un “Navigatore” – ossia un sistema definito dal costruttore, che permette all’utente di configurare e di controllare la sintonia in modo automatico – con il compito di fornire, attraverso una visualizzazione grafica di facile utilizzo e navigazione, la lista di tutti i canali digitali terrestri nazionali e locali e la relativa

---

<sup>30</sup> Cfr. l’articolo 2 dell’Allegato A alla delibera n. 366/10/CONS, del 15 luglio 2011, recante “*Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, in chiaro e a pagamento, modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e relative condizioni di utilizzo*”.

<sup>31</sup> Sentenze n. 04658/2012, n. 04659/2012, n. 04660/2012 e n. 04661/2012, depositate il 31 agosto 2012.

<sup>32</sup> Cfr. delibera n. 685/15/CONS, del 16 dicembre 2015, recante “*Modifiche alla determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato di cui alla delibera n. 216/00/CONS*”.

<sup>33</sup> Cfr. delibera n. 216/00/CONS, del 7 aprile 2000, recante “*Determinazione degli standard dei decodificatori e le norme per la ricezione dei programmi televisivi ad accesso condizionato*”.

numerazione assegnata tramite il descrittore LCN, nonché, laddove tecnicamente possibile, una visualizzazione grafica suddivisa per generi di programmazione tematici. La delibera in parola prevedeva, in aggiunta, che la navigazione della visualizzazione grafica offerta dal Navigatore doveva poter essere effettuata dall'utente tramite un tasto sul telecomando.

Dall'analisi delle risposte alla richiesta di informazioni preliminare, per quanto concerne le modalità con cui garantire l'accessibilità del sistema di numerazione automatica della televisione digitale terrestre, emerge innanzitutto l'importanza della presenza dei tasti numerici sui telecomandi e della loro abilitazione a prescindere dall'ambiente da cui vengono selezionati. Inoltre, diversi soggetti hanno evidenziato che l'ordinamento automatico dei canali LCN deve poter essere modificato solo dall'utente finale e che nessun operatore "*intermedio*" deve alterare l'ordinamento definito dall'Autorità. Infine, molti soggetti hanno rilevato la necessità che le modalità per accedere ai canali della televisione digitale terrestre siano di immediata comprensione e che tali canali abbiano adeguata evidenza nelle *home page*, nei menù e nelle sovrainpressioni (ossia le informazioni o le immagini fornite in sovrainpressione durante la messa in onda di un programma).

Alla luce di quanto sopra, in linea con le precedenti previsioni regolamentari e con quanto previsto dal *Tusma*, tenuto altresì conto del primo riscontro ricevuto dai soggetti interessati tramite la risposta alla richiesta di informazioni preliminare, l'Autorità ritiene necessario ribadire l'obbligo di installazione del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre su tutti i dispositivi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre. Si fa riferimento, in particolare, a tutti gli apparati televisivi, anche quelli abilitati alla connessione a Internet, e ai *decoder*, anche integrati nei televisori. In aggiunta, tenuto conto che, come detto, l'Autorità è l'istituzione competente ad adottare il piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, si ritiene necessario prevedere che i gestori delle interfacce *software* e i produttori di dispositivi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre attribuiscono le numerazioni conformemente a quanto previsto dai piani stabiliti dall'Autorità, fermo restando il diritto dell'utente di riordinare i canali a proprio piacimento.

Per quanto concerne l'accessibilità del sistema di numerazione automatica, l'Autorità ritiene adeguato e proporzionato prevedere che i telecomandi (almeno un telecomando, in caso ve ne fosse più di uno), forniti congiuntamente a un dispositivo idoneo alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre, presentino i tasti numerici che consentono di accedere ai canali della televisione digitale terrestre e che tali tasti siano abilitati, e quindi utilizzabili dall'utente, da qualsiasi ambiente (lineare o *online*),

ossia a prescindere dal servizio, funzionalità o applicazione che l'utente sta utilizzando al momento.

In aggiunta, i contenuti televisivi trasmessi in digitale terrestre devono poter essere accessibili direttamente dalla prima finestra delle *home page* dei dispositivi, ossia nel primo livello di offerta all'utente. Deve essere inoltre possibile accedere al sistema di numerazione automatica con un numero massimo di due *click* (azioni), a partire da qualsiasi ambiente del dispositivo, ossia a prescindere dal servizio, funzionalità o applicazione che l'utente sta utilizzando al momento.

L'Autorità ritiene altresì opportuno prevedere l'utilizzo di un unico logo per il riquadro o l'icona che consente l'accesso al sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, e quindi ai relativi contenuti, su tutti i dispositivi idonei alla ricezione del segnale televisivo digitale terrestre.

In proposito, con lo scopo di tenere in debito conto le più recenti evoluzioni tecnologiche, ritenendo altresì fondamentale un momento di confronto utile con i soggetti attivi nel mercato, al fine di definire le modalità attuative di quest'ultima previsione, l'Autorità ritiene necessario avviare un Tavolo tecnico a conclusione del presente procedimento, aperto alla partecipazione di tutti i soggetti interessati, quali i produttori di dispositivi, i gestori e gli sviluppatori di interfacce utente, nonché i fornitori di servizi di media audiovisivi.

Infine, con lo scopo di consentire a tutti i soggetti destinatari delle misure sopra individuate di adeguare i propri sistemi e di implementare le modifiche *software* o *hardware* necessarie, l'Autorità ritiene congruo prevedere un periodo di tempo di sei mesi, a partire dalla pubblicazione del provvedimento finale, per l'attuazione delle misure previste, con l'eccezione dell'implementazione della previsione riguardante il logo per il riquadro o l'icona che consente l'accesso al sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, per la quale l'Autorità prevede un periodo di tempo di sei mesi a partire dalla conclusione dei lavori del Tavolo tecnico.

#### **4.2. La *prominence* dei servizi di interesse generale**

L'analisi delle esperienze europee in materia di *prominence* dei servizi di interesse generale, riportata nel paragrafo 3, ha evidenziato che, in Europa, la definizione delle norme di *prominence* dei servizi di interesse generale è ancora ad uno stadio embrionale. Nei pochi casi in cui sono state già adottate misure di *prominence*, ossia in Francia e in Germania, sono stati individuati come servizi di interesse generale, in prima istanza, il servizio pubblico e, in seconda istanza, a seguito di una fase di valutazione da parte delle autorità, i servizi commerciali che rispondono a determinati criteri. In entrambi i casi, le

autorità pubblicano la lista dei programmi oggetto delle misure di *prominence*. Sia in Francia che in Germania, inoltre, la scelta – tra una serie di opzioni – delle modalità di implementazione tecnica delle misure è lasciata ai soggetti in grado di stabilire come i servizi sono presentati sulle interfacce utente.

Nelle risposte alla richiesta di informazioni preliminare, diversi soggetti intervenuti hanno individuato quali servizi di interesse generale i servizi pubblici e commerciali accessibili gratuitamente a tutta la popolazione e sottoposti alle disposizioni normative e regolamentari di tutela di interessi generali. Inoltre, molti soggetti hanno sottolineato che la *prominence* di tali servizi deve essere assicurata nelle *home page*, così come in tutte le funzioni di guida ai programmi, ricerca e raccomandazione che consentono all'utente di accedere a tali servizi. Diversi soggetti hanno richiamato, inoltre, l'importanza della presenza dei tasti numerici sui telecomandi e della loro abilitazione a prescindere dall'ambiente da cui vengono selezionati. Alcuni soggetti hanno, infine, rilevato come le regole di *prominence* debbano essere applicate anche ai dispositivi per la ricezione dei servizi radiofonici in mobilità.

Alla luce del quadro normativo di riferimento e considerate, altresì, le esperienze europee in materia e il primo riscontro ricevuto dai soggetti interessati tramite la risposta alla richiesta di informazioni preliminare, l'Autorità ritiene opportuno individuare un paniere di servizi di interesse generale che includa i servizi di media audiovisivi e radiofonici diffusi gratuitamente dalla concessionaria del servizio pubblico su digitale terrestre, su satellite, *online* – ossia la *catch-up tv* e la *catch-up radio*, i cataloghi disponibili gratuitamente della concessionaria del servizio pubblico, i servizi in FM distribuiti *online* – compresi i servizi radiofonici diffusi dalla concessionaria del servizio pubblico in DAB+, nonché, in ragione del principio espresso dall'articolo 6 del *Tusma*, che, come già ricordato, qualifica l'informazione come servizio di interesse generale, i servizi commerciali audiovisivi e radiofonici nazionali diffusi gratuitamente su digitale terrestre, su satellite e *online* – ossia la *catch-up tv* e la *catch-up radio*, i cataloghi disponibili gratuitamente corrispondenti ai servizi commerciali in *broadcasting*, i servizi in FM distribuiti *online* – e i servizi commerciali audiovisivi e radiofonici locali distribuiti su digitale terrestre, che dispongono di una testata editoriale, ossia i servizi con genere di programmazione di tipo generalista, semigeneralista e tematico “informazione”, così come definiti nell'ambito dell'aggiornamento del nuovo piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre di cui alla delibera n. 116/21/CONS.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Cfr. Allegato A alla delibera n. 116/21/CONS, recante “Aggiornamento del nuovo piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, delle modalità di attribuzione dei numeri ai

In aggiunta, tenendo conto dell'intento del legislatore italiano di estendere, già nel 1990, il carattere di preminente interesse generale anche ai concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva, l'Autorità intende includere nel paniere dei servizi di interesse generale anche i servizi commerciali audiovisivi e radiofonici nazionali diffusi gratuitamente su digitale terrestre, su satellite e *online* – ossia la *catch-up tv* e la *catch-up radio*, i cataloghi disponibili gratuitamente corrispondenti ai servizi commerciali in *broadcasting*, i servizi in FM distribuiti *online* –, nonché i servizi commerciali audiovisivi e radiofonici locali distribuiti su digitale terrestre e i servizi radiofonici commerciali diffusi in DAB+, che contribuiscono a garantire il pluralismo dei media e la diversità culturale e di opinione.

La diffusione gratuita dei servizi risulta condizione essenziale al fine di rispettare il dettato della norma, dal momento che lo scopo esplicito della previsione di cui al comma 1 dell'articolo 29 del *Tusma* è quello “*di assicurare il pluralismo, la libertà di espressione, la diversità culturale e l'effettività dell'informazione per la più ampia utenza possibile*” (enfasi aggiunta).

A tal fine, l'Autorità individua una lista di indicatori da tenere in considerazione nella valutazione dell'inclusione di un servizio commerciale nel paniere dei servizi di interesse generale: il tempo dedicato all'informazione (nazionale, regionale e locale), il tempo dedicato a programmi di attualità e a carattere sociale, educativo e culturale, la quota di opere europee, la percentuale di offerte accessibili.

Entro 30 giorni dall'adozione del provvedimento finale, i fornitori di servizi commerciali audiovisivi e radiofonici diffusi gratuitamente su digitale terrestre, su satellite e *online*, nonché di servizi radiofonici commerciali diffusi in DAB+, possono inviare formale richiesta all'Autorità, tramite un modulo disponibile sul sito *web* istituzionale, indicando il servizio proposto quale servizio di interesse generale e specificando i valori dei criteri sopra indicati.

Al termine della procedura di valutazione delle istanze pervenute, l'Autorità pubblica sul proprio sito *web* la lista di servizi pubblici e commerciali individuati quali servizi di interesse generale e ai quali si applicano le misure di *prominence* descritte nel seguito. I fornitori dei servizi inclusi nella lista dei servizi di interesse generale sono tenuti a comunicare all'Autorità eventuali variazioni rispetto a quanto dichiarato in occasione della procedura sopra descritta, al fine di consentire una eventuale nuova valutazione dell'istanza di inclusione nel paniere dei servizi di interesse generale.

---

*fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e delle relative condizioni di utilizzo”.*

Trascorso un anno dalla data di pubblicazione della lista, i fornitori di nuovi servizi, offerti successivamente alla pubblicazione della lista e soddisfacenti i criteri individuati nel presente provvedimento, possono inviare formale richiesta all’Autorità, tramite il modulo disponibile sul sito *web* istituzionale, indicando il servizio proposto quale servizio di interesse generale, specificando che è un servizio di nuova introduzione e indicando i valori dei criteri soddisfatti. Se del caso, ad esito della valutazione delle istanze pervenute, l’Autorità pubblica sul proprio sito *web* la lista aggiornata. Tale procedura si ripete annualmente a partire dalla data di pubblicazione della lista.

Una volta definito il perimetro del paniere dei servizi di interesse generale, è necessario individuare i dispositivi e le interfacce sui quali deve esserne fornito adeguato rilievo, nonché i destinatari degli obblighi e le modalità di implementazione delle misure di *prominence*.

Per quanto concerne i dispositivi sui quali devono essere implementate le misure di *prominence*, l’Autorità ritiene necessario individuare tutti i dispositivi e le interfacce utente che consentono l’accesso ai servizi di interesse generale così come definiti ai paragrafi precedenti, tra cui i televisori tradizionali e i televisori connessi a Internet, i *decoder* televisivi terrestri e satellitari, i dispositivi che si collegano a un apparecchio televisivo o a uno schermo e offrono l’accesso a servizi di media audiovisivi e radiofonici, i dispositivi che consentono l’ascolto dei servizi radiofonici in DAB+, le interfacce utente o le applicazioni disponibili presso un distributore o in un *app store* che consentono l’accesso a servizi di interesse generale su altri dispositivi, quali *smartphone* e *personal computer*.

Tenuto conto di quanto sopra e considerato altresì quanto già previsto dal *Tusma*, l’Autorità ritiene che i naturali destinatari degli obblighi di *prominence* siano i soggetti in grado di influenzare le modalità con cui sono presentati i contenuti e i servizi agli utenti, ossia i produttori di dispositivi idonei alla ricezione di segnali audiovisivi o radiofonici e i soggetti che determinano le modalità di presentazione dei servizi sulle interfacce degli utenti.

Per quanto concerne le modalità con cui i soggetti destinatari degli obblighi devono assicurare la *prominence* dei servizi di interesse generale sui dispositivi e le interfacce sopra individuati, si rappresenta quanto segue. Alla luce delle considerazioni suesposte e considerato in particolare lo scenario tecnologico e di mercato descritto in premessa, non si ritiene adeguato al contesto un approccio “*one size fits all*”, ossia una regolamentazione che preveda un’unica implementazione tecnica delle misure di *prominence* che si adatti a tutti i dispositivi e a tutte le interfacce. Parimenti, non si considera opportuno proporre una regolamentazione eccessivamente dettagliata circa le modalità per garantire la *prominence* dei servizi di interesse generale, in quanto ciò comporterebbe, in questa fase,

la necessità di una revisione a breve termine delle norme, al fine di mantenere il passo con il rapido susseguirsi delle evoluzioni tecnologiche e dei comportamenti degli utenti da queste derivanti, e metterebbe a rischio la corretta applicazione del principio di neutralità tecnologia e la salvaguardia del mercato unico, ottenibile tramite un'armonizzazione dell'approccio adottato a livello europeo.<sup>35</sup> In aggiunta, la proporzionalità della regolamentazione rispetto all'obiettivo da raggiungere deve essere sempre garantita.

Tanto premesso, l'Autorità ritiene opportuno, innanzitutto, introdurre previsioni differenziate tra servizi audiovisivi e radiofonici di interesse generale diffusi su digitale terrestre, su satellite e *online*, da un lato, e servizi radiofonici di interesse generale diffusi in DAB+, dall'altro, in considerazione dei differenti dispositivi utilizzati per la fruizione di tali servizi.

In considerazione di quanto sopra, al fine di assicurare la *prominence* dei servizi audiovisivi e radiofonici di interesse generale diffusi su digitale terrestre, su satellite e *online*, l'Autorità ritiene necessario che i soggetti destinatari degli obblighi prevedano l'introduzione di un apposito riquadro (*tile*) o icona, immediatamente visibile nella *home page* del dispositivo, ossia nel primo livello di offerta all'utente, che funga da unico punto di accesso ai servizi di interesse generale. Tale riquadro è denominato "*In evidenza*" e conduce a una schermata contenente i loghi della concessionaria del servizio pubblico e dei fornitori di servizi di media audiovisivi generalisti nazionali, posizionati in ordine di attribuzione dei relativi numeri LCN, selezionando i quali si accede all'offerta dei relativi servizi media. Nella medesima schermata sono inoltre presenti le icone *TV locali*, *Radio* e altre icone che possono raggruppare i canali tematici.

In aggiunta, deve essere possibile accedere ai servizi di interesse generale con un numero massimo di due *click* (azioni), a partire da qualsiasi ambiente del dispositivo, ossia a prescindere dal servizio, funzionalità o applicazione che l'utente sta utilizzando al momento.

Inoltre, l'Autorità ritiene opportuno individuare una serie di opzioni implementative aggiuntive rispetto alla precedente, tra le quali i soggetti destinatari delle misure di *prominence* sono tenuti a sceglierne almeno una: *i*) un collocamento del paniere dei servizi di interesse generale tra le prime cinque posizioni nelle sezioni che forniscono suggerimenti agli utenti; *ii*) un collocamento del paniere dei servizi di interesse generale tra le prime cinque posizioni nella lista dei risultati delle ricerche effettuate dagli utenti; *iii*) l'introduzione di un tasto *ad hoc* per l'intero paniere dei servizi di interesse generale

---

<sup>35</sup> Cfr. ERGA (2021), *op. cit.*

(o più tasti per diverse tipologie di servizi) sui telecomandi o sui dispositivi che consentono l'accesso ai servizi.

I soggetti destinatari degli obblighi, in virtù della loro conoscenza dei prodotti e responsabilità, potranno scegliere l'opzione aggiuntiva che meglio si adatta all'interfaccia e al dispositivo sul quale dovranno garantire rilevanza ai servizi di interesse generale.

Per quanto concerne la *prominence* dei servizi radiofonici di interesse generale trasmessi in DAB+, l'Autorità ritiene necessario che i soggetti destinatari degli obblighi prevedano un collocamento dei servizi di interesse generale in corrispondenza delle prime posizioni all'interno della lista dei programmi ricevibili presentata agli utenti.

Inoltre, al fine di tener conto del mutevole scenario tecnologico e di mercato, ritenendo altresì fondamentale un momento di confronto utile ad esplorare l'eventuale impatto sulla presente regolamentazione delle nuove soluzioni tecnologiche che si stanno affermando recentemente, quali lo *standard* DVB-I, per favorire la convergenza tra trasmissioni *broadcast* e trasmissioni via IP, e la sua integrazione con l'HbbTV (*Hybrid Broadcast Broadband TV*), l'Autorità ritiene opportuno l'avvio di un Tavolo tecnico *ad hoc*, aperto alla partecipazione di tutti i soggetti interessati, quali, in questo caso, i produttori di dispositivi, i fornitori di servizi audiovisivi e radiofonici, i gestori e gli sviluppatori delle interfacce utente dei dispositivi citati.

Infine, con lo scopo di consentire a tutti i soggetti individuati come destinatari delle misure di *prominence* di adeguare i propri sistemi e di implementare le modifiche *software* o *hardware* necessarie, l'Autorità ritiene congruo prevedere un periodo di tempo di sei mesi, a partire dalla pubblicazione della lista dei servizi di interesse generale, per l'attuazione delle misure di *prominence* dei servizi audiovisivi e radiofonici di interesse generale.

Tutti i soggetti destinatari degli obblighi sono tenuti a informare l'Autorità circa le misure messe in atto al fine di ottemperare agli obblighi. L'Autorità vigila al fine di verificare che le misure previste siano efficacemente e correttamente implementate. In caso di violazioni, l'Autorità applica le sanzioni di cui all'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, relatore ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;

## **DELIBERA**

### **Articolo 1**

1. È indetta la consultazione pubblica sulle linee guida e sulle prescrizioni regolamentari volte a garantire la *prominence* dei servizi di media audiovisivi e radiofonici di interesse generale e l'accessibilità del sistema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre di cui all'articolo 29, commi 1, 2 e 7, del *Tusma*.

2. Il testo della consultazione, di cui al comma 1, l'analisi di impatto della regolamentazione (AIR) e le modalità di consultazione, sono riportati rispettivamente negli allegati A, B, C e D della presente delibera, di cui costituiscono parte integrante e sostanziale.

3. Il presente provvedimento può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla pubblicazione dello stesso.

4. La presente delibera, comprensiva degli allegati A, B, C e D, è pubblicata nel sito *web* dell'Autorità.

Roma, 25 gennaio 2023

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE  
Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE  
Giulietta Gamba