

## INDICE SOMMARIO

### Introduzione MOTIVI ED OBIETTIVI DELLA DISCIPLINA DELLA TELEVISIONE DIGITALE

*Vincenzo Zeno-Zencovich*

LE FONTI . . . . .	1
1. Introduzione . . . . .	2
2. Le matrici del codice della televisione. . . . .	3
3. Gli obiettivi del codice della radiotelevisione. . . . .	5
4. La « nuova » televisione . . . . .	9
5. Nuove imprese per nuove tecnologie . . . . .	11
6. La televisione come prestazione di servizi . . . . .	14
7. L'apertura del mercato televisivo . . . . .	20
8. Radiotelevisione e concorrenza. . . . .	22
9. La tutela del « pluralismo » . . . . .	26
10. Dal servizio pubblico al servizio universale . . . . .	29
11. La società concessionaria del servizio pubblico . . . . .	30

### Capitolo 1 I PRINCIPI GENERALI IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED I COMPITI DI SERVIZIO PUBBLICO NEL SETTORE RADIOTELEVISIVO

*Paolo Troiano*

LE FONTI . . . . .	33
1. Premessa. L'evoluzione del sistema radiotelevisivo in Italia nella giurisprudenza costituzionale e nella legislazione: superamento della concezione del servizio pubblico in senso soggettivo quale attività svolta in regime di monopolio statale . . . . .	34
2. I lineamenti generali del servizio pubblico radiotelevisivo nel testo unico. . . . .	52
3. L'attività di informazione radiotelevisiva come servizio pubblico in senso oggettivo. Le regole a garanzia del pluralismo e le ulteriori regole stabilite dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni . . . . .	63

4. Il servizio pubblico generale radiotelevisivo. Individuazione dei compiti ed obblighi . . . . .	70
5. ( <i>Segue</i> ): il finanziamento pubblico della società concessionaria ed i limiti al suo utilizzo. . . . .	72

## Capitolo 2

### I PRINCIPI GENERALI DEL SISTEMA RADIOTELEVISIVO A GARANZIA DEGLI UTENTI

*Salvatore Sica e Piervincenzo Pacileo*

LE FONTI . . . . .	79
1. Iniziativa comunitaria . . . . .	86
2. Profili di diritto comparato . . . . .	89
3. Normativa nazionale: <i>a)</i> Evoluzione storica; <i>b)</i> Interventi recenti . . . . .	91
4. Attuale disciplina . . . . .	103
5. Accesso alle informazioni . . . . .	105
6. Contenuto delle trasmissioni . . . . .	108
7. Utenti e pubblicità . . . . .	113
8. Vincoli per gli sponsor . . . . .	117
9. Modalità della rettifica . . . . .	119
10. Trasmissioni in chiaro e criptate. . . . .	120
11. Tutela dei disabili . . . . .	127
12. Trattamento dei dati personali . . . . .	130
13. Inquadramento costituzionale . . . . .	133
14. Conclusioni . . . . .	136

## Capitolo 3

### EVOLUZIONE DELLA DIRETTIVA *TELEVISIONE SENZA FRONTIERE* E L'AMPLIAMENTO DEL SUO CAMPO DI APPLICAZIONE A TUTTI I SERVIZI AUDIOVISIVI

*Giandonato Caggiano*

LE FONTI . . . . .	139
1. Base giuridica e quadro generale . . . . .	141
2. L'ambito di applicazione della proposta di nuova modifica della direttiva. . . . .	144
3. La tutela del consumatore e le regole sulla pubblicità. . . . .	147
4. L'abuso del diritto di stabilimento e i poteri dello stato di ricezione. . . . .	149
5. La clausola derogatoria della libertà di trasmissione . . . . .	151
6. Regolamentazione degli eventi di particolare rilevanza e trasmissione di opere europee . . . . .	153
7. Conclusioni . . . . .	155

Capitolo 4  
SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO

*Francesco Cardarelli*

LE FONTI . . . . .		157
1. Premessa . . . . .		157
2. La « crisi » del servizio pubblico radiotelevisivo. . . . .		159
3. Caratteri distintivi del servizio pubblico radiotelevisivo: il contenuto come connotazione tipica del servizio pubblico in materia . . . . .		164
4. ( <i>Segue</i> ): i riferimenti costituzionali. Rinvio. . . . .		174
5. ( <i>Segue</i> ): il servizio pubblico radiotelevisivo alla luce del diritto comunitario . . . . .		180
6. Il servizio pubblico radiotelevisivo nel T.U. . . . .		189
7. ( <i>Segue</i> ): la concessione del servizio pubblico radiotelevisivo ed il concessionario. . . . .		196
8. ( <i>Segue</i> ): i contratti di servizio nazionale e regionali, ed i relativi contenuti. . . . .		201
9. Il finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo . . . . .		214

Capitolo 5  
TV E MINORI: QUALE TUTELA?

*Laura Vasselli*

LE FONTI . . . . .		219
1. Identificazione del concetto di « tutela » del minore. . . . .		219
2. Tutela contenutistica o procedurale? . . . . .		223
3. Limiti di impiego del minore in TV nell'attività di programmazione. . . . .		231
4. Impianto normativo . . . . .		237

Capitolo 6  
LA CONCORRENZA

*Aldo Frignani*

LE FONTI . . . . .		241
1. Uno sguardo storico sulla concorrenza nel settore radiotelevisivo. . . . .		242
2. Introduzione (o della concorrenza in un mercato regolamentato). . . . .		244
3. La radiotelevisione nel più ampio contesto delle comunicazioni elettroniche . . . . .		250
4. Il difficile rapporto tra concorrenza e regolazione . . . . .		254
5. I principi (art. 5) . . . . .		257
6. La disciplina delle « posizioni dominanti nel sistema integrato delle comunicazioni » (art. 43). . . . .		260

6.1. Sviluppo spontaneo dell'impresa e lesione della concorrenza . . . . .	261
6.2. L'obbligo di notifica delle intese e delle concentrazioni . . . . .	263
6.3. La verifica di posizioni dominanti nel SIC . . . . .	265
6.4. La definizione dei mercati. . . . .	265
6.5. La posizione dominante . . . . .	269
6.6. Il superamento dei limiti del SIC . . . . .	272
6.7. Il SIC e la sua funzione . . . . .	272
6.8. La difficile convivenza tra i commi 2 e 5 dell'art. 43 . . . . .	275
6.9. La magia della quota del 20%. . . . .	277
7. Conclusioni . . . . .	278

### Capitolo 7

#### LE COMPETENZE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

*Roberto D'Orazio*

LE FONTI . . . . .	281
1. Premessa . . . . .	282
2. I piani della « convergenza » e la codificazione normativa. . . . .	283
3. Le « funzioni di garanzia » nel settore delle comunicazioni convergenti .	292
4. Profili costitutivi e dell'indipendenza dell'Autorità . . . . .	301
5. Struttura dell'Autorità. . . . .	308
6. I poteri e le competenze . . . . .	310
7. Aspetti della cooperazione con le altre Autorità garanti . . . . .	316

### Capitolo 8

#### LE COMPETENZE DELLE REGIONI E DEI CORECOM

*Anna Alessi*

LE FONTI . . . . .	321
1. Le regioni e l'ordinamento delle comunicazioni . . . . .	323
2. I comitati regionali per le comunicazioni. . . . .	334

### Capitolo 9

#### LE FUNZIONI DEL MINISTERO DELLE COMUNICAZIONI

*Francesca Quadri*

LE FONTI . . . . .	343
--------------------	-----

Capitolo 10  
LA PRODUZIONE AUDIOVISIVA EUROPEA

*Simone Gambuto*

LE FONTI . . . . .		353
1. La legittimità internazionale e comunitaria delle c.d. « quote di riserva » . . . . .		356
2. Efficacia e efficienza della norma . . . . .		363
3. Le opere « europee »: <i>rinvio</i> . . . . .		367
4. L'evoluzione della normativa italiana. . . . .		367
5. Le quote di emissione. . . . .		369
6. Le quote di investimento. . . . .		372
7. L'obbligo di promuovere e di pubblicizzare le opere audiovisive italiane o dell'Unione Europea . . . . .		373
8. Sanzioni: <i>rinvio</i> . . . . .		373

Capitolo 11  
I TITOLI ABILITATIVI

*Vincenzo Zeno-Zencovich*

LE FONTI . . . . .		375
1. I titoli abilitativi . . . . .		376
2. I soggetti autorizzati . . . . .		378
3. Il contenuto dell'autorizzazione . . . . .		379
4. La cessione dell'autorizzazione. . . . .		380

Capitolo 12  
LE FREQUENZE RADIO

*Vincenzo Zeno-Zencovich*

LE FONTI . . . . .		383
1. La natura giuridica delle radiofrequenze . . . . .		384
2. Le procedure di assegnazione delle radiofrequenze . . . . .		386
3. La cessione delle radiofrequenze . . . . .		388

Capitolo 13  
LA PUBBLICITÀ RADIOTELEVISIVA

*Giulio Votano*

LE FONTI . . . . .		391
1. Premessa introduttiva . . . . .		393

2.	I temi: chi, che cosa, dove, quando, perché . . . . .	394
2.1.	Chi? Le definizioni: la pubblicità, questa sconosciuta . . . . .	394
2.2.	Che cosa? Principi e contenuti . . . . .	400
2.3.	Dove? Il posizionamento . . . . .	408
2.4.	Quando? L'affollamento . . . . .	413
2.5.	Perché? La pubblicità degli enti pubblici . . . . .	419
3.	Un cenno al presidio sanzionatorio. . . . .	421
4.	I problemi: coordinamento formale, dubbi sostanziali. . . . .	425
4.1.	L'elevazione del limite di affollamento in presenza di televendite. . . . .	425
4.2.	Pubblicità in modalità trasmissione dati . . . . .	426
4.3.	Gli indici di affollamento pubblicitario del servizio pubblico generale radiotelevisivo . . . . .	426
5.	Alcune occasioni mancate . . . . .	428

#### Capitolo 14

#### LE SPONSORIZZAZIONI E LE TELEVENDITE

*Giovanni Bonomo*

LE FONTI . . . . .	433	
1.	La nozione di sponsorizzazione radiotelevisiva e le ragioni di una disciplina specifica . . . . .	434
2.	Requisiti di contenuto negativo della sponsorizzazione radiotelevisiva. . . . .	435
3.	Il problema della regolamentazione attuativa . . . . .	439
4.	Principi generali della disciplina. . . . .	440
5.	Riconoscibilità dei programmi sponsorizzati e citazioni dello sponsor. . . . .	442
6.	Sponsorizzazione ed esortazioni promozionali . . . . .	447
7.	Sponsorizzazione e prodotti « critici ». . . . .	448
8.	Il problema della trasmissione di eventi comprendenti sponsorizzazioni vietate. . . . .	450
9.	Sponsorizzazioni televisive e cine-sponsoring . . . . .	452
10.	Sponsorizzazioni televisive ed emittenza locale. . . . .	453
11.	La definizione di « televendita » e la distinzione rispetto alle altre modalità di pubblicità radiotelevisiva . . . . .	454
12.	La « televendita » nella disciplina previgente. . . . .	457
13.	La disciplina regolamentare . . . . .	458
14.	Principi generali applicabili alle televendite . . . . .	459
15.	Televendite e prodotti « critici ». . . . .	462
16.	Televendite e tutela dei minori. . . . .	462

#### Capitolo 15

#### LE TRASMISSIONI TRANSFRONTALIERE

*Simone Gambuto*

LE FONTI . . . . .	465	
1.	Il riparto della giurisdizione. . . . .	468

2. Il rispetto della libertà di ricezione e ritrasmissione di trasmissioni televisive provenienti da Stati dell'Unione terzi . . . . .	471
3. Le deroghe ed i limiti . . . . .	473
4. Conclusioni . . . . .	474

### Capitolo 16

#### LA DISCIPLINA DELLA RAI - RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA

*Riccardo Roversi*

LE FONTI . . . . .	479
1. Requisiti per la nomina ad amministratore . . . . .	481
2. Durata del mandato agli amministratori . . . . .	482
3. L'elezione degli amministratori e del collegio sindacale . . . . .	483
4. I (due) regimi transitori per l'elezione degli amministratori . . . . .	484
5. Il rappresentante del Ministero dell'economia e delle finanze . . . . .	485
6. Nomina del presidente e del direttore generale . . . . .	485

### Capitolo 17

#### L'IMPIANTO SANZIONATORIO

*Giovanna Corrias Lucente*

LE FONTI . . . . .	487
1. Premessa . . . . .	487
2. Le sanzioni amministrative . . . . .	491
2.1. La tutela delle funzioni della Autorità per le Comunicazioni . . . . .	491
2.2. La tutela amministrativa dei minori . . . . .	494
2.3. La tutela della destinazione della pubblicità di amministrazioni ed enti pubblici . . . . .	497
2.4. Divieto di posizioni dominanti nel sistema integrato delle comunicazioni . . . . .	498
2.5. Tutela dei compiti del servizio pubblico generale radiotelevisivo . . . . .	501
2.6. Miscellanea imponente . . . . .	502
2.7. La tutela delle campagne elettorali . . . . .	520
2.8. La tutela del pluralismo politico . . . . .	522
2.9. Le procedure . . . . .	523
3. Le sanzioni penali . . . . .	525
4. Il reato di omesso controllo . . . . .	530

### APPENDICE

Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 — Testo unico della radiotelevisione . . . . .	543
Legge 6 febbraio 2006, n. 37 — Modifiche all'art. 10 della L. 112/04 . . . . .	606