



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

# Radio Tv News

15 OTTOBRE 2015 - NUMERO 64

03

Normativa e  
Giurisprudenza

07

Mercato e Pubblicità



Direttore Responsabile: Emilio Carelli | Direttore Editoriale: Andrea Franceschi

In redazione (redazione@confindustriaradiotv.it): Rosario A. Donato, José M. Casas, Elena Cappuccio, Annamaria La Cesa, Michele Farina, Carlo Cornelli

Editore: Confindustria Radio Televisioni, Piazza dei SS. Apostoli 66, Roma Tel. 06/93562121 - Fax 06/4402723 | www.confindustriaradiotv.it | segreteria@confindustriaradiotv.it | Iscritto al n. 54 del Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma il giorno 01/04/2014

# Sommario

## O3. Normativa e Giurisprudenza

- O3. Pubblicità e “secondi neri” al vaglio della Corte di Giustizia
- O4. OCSE: approvate 15 raccomandazioni fiscali per la “Digital Economy”  
+ schema 15 action presentate dall’OCSE
- O6. Contributi alle Tv Locali ex L. 448/98. Pubblicato il Bando 2015
- O6. Banda utralarga, Giacomelli: impegno degli operatori per portare la fibra al 21,4% delle case entro il 2018

## O7. Mercato e Pubblicità

- O7. Mercato Internazionale Audiovisivo

## O8. In Breve

- O8. Rai: Giacomelli, OK Parlamento riforma entro novembre
- O8. Auditel, stop 15 giorni a diffusione dati ascolti

# Normativa e Giurisprudenza

## Pubblicità e “secondi neri” al vaglio della Corte di Giustizia

Sono state rese note le conclusioni dell'Avvocato generale innanzi alla Corte di Giustizia europea in un interessante caso relativo alla pubblicità televisiva e all'interpretazione della Direttiva 2010/13/UE (Articoli 10, paragrafo 1, lettera c), 19, paragrafo 1, e 23).

Il tema è quello della separazione della pubblicità dalle altre parti del programma televisivo. È stato chiesto alla Corte europea, da parte della Corte suprema amministrativa finlandese, se sia conforme alle regole dell'Unione una particolare modalità di programmazione pubblicitaria posta in essere da un'emittente che utilizzava la tecnica della ripartizione dello schermo in modo che in una parte di esso veniva trasmesso il programma «principale» (in particolare, i titoli di coda) e, in un'altra, la presentazione dei programmi successivi. Trasmetteva il logo dello sponsor di un programma in un momento diverso dal programma sponsorizzato, senza conteggiarlo nei tetti pubblicitari e aveva superato il limite di tempo per la pubblicità, se si considerano in tale quantità massima anche gli intervalli brevi (cd. «secondi neri») che separano i singoli spot pubblicitari.

Per il primo punto, la pratica di ripartire lo schermo tra titoli di coda e promo del programma successivo l'emittente viene sospettata di violare l'obbligo di tenere distinti programmi e pubblicità. Gli altri due aspetti riguardano invece il modo di calcolare i tetti pubblicitari.

L'avvocato generale, nelle sue conclusioni del 6 ottobre 2015 ha rilevato che si tratta di questioni assolutamente nuove.

Sulla prima, ha ritenuto che, dal momento che la pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile e distinguibile dal contenuto editoriale, anche in caso di ripartizione dello schermo tra titoli di coda e promo del programma successivo occorre un segnale acustico o ottico, simile a quello che separa la

pubblicità sullo schermo pieno, o un simbolo speciale trasmesso in modo continuo nella parte dello schermo diviso dedicato alla pubblicità, ciò per consentire al telespettatore di distinguere programma e messaggio pubblicitario.

Sul secondo punto l'Avvocato generale (andando contro il parere della stessa Commissione secondo la quale l'unico scopo degli annunci di sponsorizzazione è quello di informare i telespettatori dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione) ha qualificato anche l'informazione sull'esistenza di tali sponsor quale pubblicità, se non fornita all'inizio e alla fine del programma (in questo caso la direttiva esenta espressamente l'informazione dai tetti pubblicitari) ma in altre occasioni, come nel caso di presentazione del programma stesso.

Infine, l'Avvocato generale ritiene che i secondi neri non siano compresi nella durata degli spot sensu stricto, cionondimeno, la loro durata va considerata quale tempo di trasmissione dedicato alla pubblicità, essendo essi fondamentali ai fini della separazione di uno spot pubblicitario dall'altro. Per tale ragione i «secondi neri» dovrebbero essere inclusi nel limite di tempo di trasmissione della pubblicità stabilito dall'articolo 23, paragrafo 1, della direttiva 2010/13.

Tali conclusioni appaiono eccessivamente rigide e non tengono conto della peculiarità delle sponsorizzazioni, che sono oggetto di informazioni “obbligatorie” da parte delle emittenti, né della ineliminabilità tecnica dei “secondi neri”. Non si vede poi quale confusione possa generare la ripartizione dello schermo nei telespettatori, dato che è a tutti chiaro quali siano i titoli di coda e quale la promozione del programma successivo.

L'auspicio quindi è la Corte disattenda tali conclusioni: la decisione, che avverrà senza previa udienza di discussione, è attesa nei prossimi giorni.

## OCSE: approvate 15 raccomandazioni fiscali per la "Digital Economy"

Sarà il vertice dei capi di Stato e di Governo previsto a novembre in Turchia a dare l'assenso formale, ma l'approvazione dei giorni scorsi da parte del G20 di Lima del rapporto finale OCSE (Beps) in materia di "digital economy" segna un punto fermo molto importante nella repressione dell'elusione generata dalla pianificazione fiscale delle multinazionali di Internet. L'applicazione del principio di potestà impositiva tra Stati, nato nella "old economy", consente infatti di scegliere dove produrre e assoggettare a tassazione gli utili determinando un mancato gettito nei Paesi finali, come l'Italia.

Il Segretario Generale dell'OCSE, Angel Gurría, ha stimato questa perdita "globale" **tra i 100 e i 240 miliardi di dollari**, pari al 4-10% delle entrate derivanti dalla tassazione delle imprese. Fonti qualificate del Governo hanno stimato per l'Italia un mancato gettito compreso tra i 2 e i 3 miliardi di Euro.

Il rapporto ribadisce anzitutto l'inopportunità di una disciplina specifica per la tassazione dell'economia digitale (come a suo tempo sostenuto da CRTV nel corso dell'audizione presso la VI Commissione Finanze della Camera dei Deputati in occasione dell'indagine conoscitiva sulla tassazione nell'economia digitale) le cui caratteristiche tuttavia non possono non essere tenute considerazione nel disegnare le specifiche misure di contrasto, che costituiscono l'oggetto delle **15 "Actions"** raccomandate dall'OCSE ai Paesi aderenti, una serie di misure che dovranno essere introdotte negli ordinamenti interni o nelle **convenzioni contro le doppie imposizioni**, eventualmente facendo ricorso allo **strumento multilaterale** di modifica delle convenzioni (Action 15).

In particolare, in materia di **stabile organizzazione** (Action 7) le modifiche alla definizione di attività "preparatorie o ausiliarie" mirano proprio a limitare la possibilità di organizzare le attività senza dare luogo a una stabile organizzazione nei Paesi di sbocco; in materia di **"transfer pricing"** (Action 8) l'OCSE raccomanda di valorizzare la proprietà economica degli

asset che si radica nel luogo di effettivo svolgimento di attività e di creazione del valore; il potenziamento della disciplina **"Controlled Foreign Companies" (Cfc)** (Action 3) dovrebbe inoltre contenere l'accumulo di utili in Paesi a bassa fiscalità, in assenza di attività economiche reali.

Si tratta ora, come ha detto il Ministro dell'Economia Padoa-Schioppa, di procedere ad una valutazione degli effetti dell'applicazione delle raccomandazioni Beps, che lasciano in Italia **spazio di agibilità per interventi normativi domestici**. Basti pensare alla **"Digital Tax"** nostrana, e al dibattito che ne è scaturito nelle ultime settimane, ma anche a una serie di facilitazioni fiscali quali gli **ammortamenti per importi superiori al costo a fronte di investimenti in attività immateriali** (segnalati da CRTV in sede di audizione alla Camera tra gli strumenti di sostegno delle imprese del settore operanti in Italia, e di cui si trova traccia nell'annunciato progetto governativo di Legge di Stabilità di imminente approvazione al momento della pubblicazione di "Radio Tv News"). **Gli interventi nazionali non potranno però interferire con l'applicazione delle convenzioni**, in ossequio al principio di prevalenza della norma convenzionale sulla norma interna. In questo contesto si delinea un ruolo propulsivo per l'Italia nei confronti della UE, affinché vengano prese misure su scala europea nel primo semestre 2016.

Particolare attenzione è stata riservata ai sistemi di monitoraggio, che l'OCSE si è impegnato di implementare entro l'inizio del 2016, i quali dovranno prevedere standard minimi di informazione Paese per Paese (**CBC-Country by Country**) a carico delle multinazionali con fatturato consolidato superiore ai 750 milioni. Ciò consentirà alle amministrazioni fiscali nazionali di disporre per la prima volta un quadro globale dettagliato. Un adempimento su cui la UE sta già lavorando e che pertanto potrebbe avere attuazione in tempi relativamente brevi.





Le 15 azioni presentate dall'Ocse:

(fonte ilSole24ore)

### ACTION 1

**DIGITALE:**  
Introdurre specifiche norme fiscali sull'economia digitale

### ACTION 2

**PRATICHE HMA:**  
Neutralizzare l'effetto di pratiche asimmetriche (Hybrid mismatch arrangements)

### ACTION 3

**ACTION 3 – CFC:**  
Rafforzare le regole sulle società estere controllate (Cfc)

### ACTION 4

**IMPONIBILE:**  
Prevenire l'erosione della base imponibile attraverso l'uso di interessi passivi

### ACTION 5

**TRASPARENZA:**  
Eliminare le pratiche fiscali dannose attraverso trasparenza ed emersione della reale sostanza economica delle operazioni

### ACTION 6

**TRATTATI:**  
Prevenire l'abuso di trattati fiscali riallineando le norme nazionali

### ACTION 7

**STANZIAMENTI:**  
Prevenire l'elusione artificiale dello status di "stanziamento stabile"

### ACTION 8

**IMMATERIALE:**  
Assicurare che il trasferimento dei beni immateriali tra i membri del gruppo sia in linea con la creazione di valore

### ACTION 9

**PAGAMENTI:**  
Adozione di norme su deducibilità, trasferimento del capitale tra i membri del gruppo

### ACTION 10

**PROFIT SPLIT:**  
Sviluppare norme per chiarire le transizioni che non si verificano o si verificano raramente (profit split, management fees, head office expenses)

### ACTION 11

**ANALISI BEPS:**  
Stabilire metodologie di raccolta e analisi dati sul Bets e sull'efficacia/impatto economico delle misure di contrasto

### ACTION 12

**PIANIFICAZIONE:**  
Richiedere ai contribuenti di divulgare le loro pratiche di pianificazione fiscale aggressiva per agevolare le amministrazioni finanziarie

### ACTION 13

**TRANSFER:**  
Riesaminare la documentazione dei prezzi di trasferimento

### ACTION 14

**CONTROVERSIE:**  
Creare meccanismi più efficaci di risoluzione delle controversie

### ACTION 15

**MULTILATERALE:**  
Sviluppare uno strumento multilaterale che consenta l'implementazione delle misure sul Beps elaborate dall'Ocse



## Contributi alle Tv Locali ex L. 448/98. Pubblicato il Bando 2015

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 235 del 9 - 10- 2015 è stato finalmente pubblicato il bando (decreto 6 agosto 2015) relativo alle misure di sostegno per le TV Locali (annualità 2015) previste ai sensi della legge 448/98, nonché dal DM 292/04.

Si ricorda che la domanda per ottenere i contributi, deve essere inviata, in duplice copia, di cui l'originale debitamente documentato a mezzo raccomandata o via fax, entro e non oltre trenta giorni dalla pubblicazione del bando nella Gazzetta Ufficiale al Comitato Regionale per le Comunicazioni competente per territorio. La domanda può essere presentata dai titolari di autorizzazione per fornitore di servizi di media audiovisivi in ambito locale ai sensi della delibera Agcom 353/11/CONS, già concessionari o autorizzati in tecnica analogica o legittimamente subentrati, per un marchio diffuso fino alla completa digitalizzazione della regione di appartenenza in tecnologia analogica, ammessi o che abbiano ottenuto il parere favorevole all'ammissione delle provvidenze all'Editoria ai sensi del già citato DM 292/04. I soggetti titolari di più di una autorizzazione per fornitore di servizi di media audiovisivi possono presentare domanda solo per il/i marchio/i precedentemente esercitato/i in tecnica analogica. Il bando di quest'anno contiene minime differenze rispetto a quello dello scorso anno e precisamente:

1) Con riferimento alla dichiarazione, resa ai sensi del DPR n.445/2000, e quindi in autocertificazione, di essere in regola con il versamento dei contributi previdenziali, il bando di quest'anno specifica che la correttezza contributiva deve essere conseguita per il numero di dipendenti dichiarati alla data di presentazione della domanda; mentre lo scorso anno il bando stabiliva che tale condizione doveva essere soddisfatta per tutto l'anno precedente a quello di riferimento del contributo.

2) Quest'anno, il bando precisa che il Ministero, ai sensi dell'art.31 comma 8 bis della legge n. 98/2013 procederà prima dell'erogazione del contributo alla verifica telematica della regolarità contributiva mediante acquisizione del DURC ed effettuerà in caso di irregolarità, le dovute compensazioni.

Con riferimento alla dichiarazione di aver presentato domanda di ammissione alle provvidenze previste dalle normative sull'editoria nell'annualità precedente a quella di riferimento dei contributi cui il bando si riferisce, si segnala che sul bando 2015 probabilmente per un mero errore materiale è stata riportata la dizione "per l'anno 2013" anziché "per l'anno 2014." Nella domanda occorrerà ovviamente riportare l'indicazione relativa all'anno 2014. Il Ministero procederà a pubblicare un errata corrige del bando in Gazzetta Ufficiale.

## Banda utralarga, Giacomelli: impegno degli operatori per portare la fibra al 21,4% delle case entro il 2018

Entro il 2018 gli operatori si impegnano a collegare con la fibra il 21,4% delle case degli italiani, ha affermato il sottosegretario alle Comunicazioni Antonello Giacomelli al convegno 'Digitale per la crescita', anticipando il dato sulla consultazione pubblica di infratel. Hanno partecipato al questionario 30 operatori contro i 7 del 2004 quando l'impegno era per una copertura del 2,4%. La copertura è in Fiber to the home (Ftth) e gli impegni sono 'contrattualizzati' e vincolati.

"Nonostante lo scetticismo iniziale - ha detto Giacomelli - il governo ha fatto la propria parte e ora è fondamentale che agiscano gli operatori, cosa che stanno già facendo" proprio con gli impegni che rendono le aree indicate nella consultazione

'nere' e fanno sì che il governo possa convogliare gli investimenti nelle aree bianche, cioè a fallimento di mercato.

Per le aree bianche a fallimento di mercato, sono state destinate risorse pubbliche per 2,2 miliardi di euro nella delibera del Cipe del 6 agosto scorso, a valere sul Fondo Sviluppo e Coesione 2014-2020, cui si aggiungono 2,1 miliardi di fondi regionali (Fesr e Fears). Per quanto riguarda gli strumenti di incentivazione per le reti nelle aree nere e grigie - credito d'imposta, garanzie dello Stato sui mutui stipulati o sulle obbligazioni di progetto emesse per il finanziamento degli investimenti e voucher agli utenti per il passaggio alla fibra - si attende ancora il via libera della Commissione Europea.



# Mercato e Pubblicità



Sfruttando l'afflusso generato dalla Festa del Cinema di Roma (16-24 Ottobre), parte la prima edizione di MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo), che si svolgerà dal 16 al 20 Ottobre. Il nuovo mercato si occuperà di cinema, serie tv, documentari, videogiochi, unendo incontri di internazionalizzazione preesistenti e creandone di nuovi in una cornice informale ma orientata al business.

Partendo dalle convergenze tra cinema, TV e documentario MIA intende proporre una piattaforma dove vendere e acquistare prodotti cinematografici più recenti e selezionate anteprime televisive e più in generale sostenere l'internazionalizzazione del settore (co-sviluppo, co-produzione e export). Proiezioni, dibattiti, conferenze, workshops, incontri di co-produzione, tavole rotonde, approfondimenti sugli ultimi trend del mercato, sulla coproduzione e la distribuzione in ambito globale, con un occhio alle nuove piattaforme, alla transmedialità e al gaming

(con la partecipazione dell'Aesvi - Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani): sono queste le occasioni di networking che MIA offre a professionisti e operatori del settore

Oltre alle 110 proiezioni di prodotti italiani e internazionali, 96 film e 8 serie Tv fra cui 3 italiane ("E' arrivata la felicità" di Riccardo Milani e Francesco Vicario, "Il giovane Montalbano 2" di Gianluca Maria Tavarelli e l'inedito "Due di noi" di Ivan Cotroneo), per gli accreditati dell'industria MIA prevede,:

- i MIA TALKS, spazi di confronto e incontro suddivisi in
  - o Soft Talks (dedicati ad animazione, gaming e distribuzione),
  - o Tv Days Soft Talks" (dedicati al rapporto tra creatività e esportabilità, ai contenuti digitali e agli investimenti economici)
- i Country Focus (Italia, Belgio, Polonia, Cina, Cuba, Pan-Asia e Iran) sulle opportunità di co-produzione, incentivi, fondi.





Sono tre i maggiori settori del mercato:

- **Cinema**, con MIA CINEMA: The Business Street-TBS, giunta alla sua X edizione, New Cinema Network (mercato di co-produzione che ogni anno seleziona circa 20 progetti da tutto il mondo e Make it with Italy) per la compravendita di prodotto e il mercato di co-produzione;

- **Documentario e factual** con DOC&FACTUAL AGORA (factual e produzione 'unscripted' II edizione, ) e gli ITALIAN DOC SCREENINGS, che hanno scelto il contesto del MIA di Roma per la loro 11esima edizione;

- **Televisione**, con MIA TV DAYS dedicato al TV Drama. Il format previsto specificamente per la TV, il MIA | TV Days (17-19 Ottobre) si presenta come piattaforma e "matchmaker" tra gli operatori internazionali per approfondire nuove opportunità di business. Il format scelto è quello degli 8-4-8 roundtable incontri di 30 minuti con un capotavola-relatore, un moderatore e 6 partecipanti registrati, oltre ad altri incontri informali (es. per il breakfast). Le soft talks del 17 (mattina e pomeriggio) saranno dedicate alle storie con appeal internazionale (Stories that travel), quelle del 18 ai modelli di business digitali (The digital challenge), il 19 alla valorizzazione dei talent europei (European talents bankability).

Fra i molti eventi in calendario si segnalano per il settore TV:

- il convegno sui servizi pubblici europei (International Public Broadcasting at a turning Point), convegno, 16 Ottobre, ore 16.30-19

- la conferenza stampa del Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti (Call for the attraction of cinematographic and Av productions), ore 12-13

- Country Focus: Italy, convegno, 17 Ottobre, 16.30-19

- l'incontro del programma UE Creative Europe (Creative Europe 2014-2020: alongside TV producers), convegno, 19 Ottobre, ore 16.30-19.

Si segnala anche "Focus on USA" incontri b2b e un ciclo di tavole rotonde, conferenze e focus di gruppo, masterclasse e opportunità di networking realizzate da APT con la collaborazione della Regione Lazio - Assessorato Attività Produttive e Sviluppo Economico e Lazio Innova (16-20 Ottobre).

Prodotto da ANICA, APT, Doc/it e Fondazione Cinema per Roma (ente attuatore), MIA è sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico e ICE, Luce-Cinecittà con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, l'associazione Italian Film Commissions, e la partecipazione di Rai Com, oltre a molti altri sostenitori e partner. .

Secondo gli organizzatori al 13 Ottobre sono 1250 gli accreditati di cui più di 600 stranieri provenienti da 53 paesi, fra cui buyers (300), produttori (500) e International Sales Agents (100) di oltre 80 società.

## In Breve

### Rai: Giacomelli, OK Parlamento riforma entro novembre

"Entro fine novembre la riforma della Rai avrà il via libera dal Parlamento". Lo dichiara Antonello Giacomelli, sottosegretario alle Comunicazioni, che a margine di un convegno sulla Rai ha ricordato che "lunedì inizia l'esame nell'Aula della Camera, poi andrà al Senato ed entro fine novembre sarà approvato".

### Auditel, stop 15 giorni a diffusione dati ascolti

Nei prossimi mesi verrà sostituito l'attuale campione

Stop alla diffusione dei dati di ascolto per due settimane dal 15 ottobre, riservandoli alle sole Emittenti per analisi dei palinsesti. E' quanto deciso dal cda di Auditel, dopo la divulgazione di alcuni nomi del panel, confermando che la società continuerà nella rilevazione dati, riservandoli alle emittenti. Nei prossimi mesi verrà sostituito l'attuale campione, che sarà allargato a 15.600 famiglie. Auditel utilizzerà questo periodo per approfondire, con il proprio Comitato Tecnico, tutti gli aspetti metodologici, con un'accurata serie di verifiche.