

INDICE

Prefazione	v
Curatori e Autori	xv
1. La politica europea a tutela del pluralismo dell'informazione	1
di Roberto Mastroianni	
1. Premessa: dalla "televisione senza frontiere" alla "legge europea sulla libertà dei media"	1
2. Competenze dell'Unione e disciplina del pluralismo informativo	1
3. Competenza dell'Unione e principi costituzionali europei	5
4. Il pluralismo dell'informazione tra i valori dell'Unione europea ex art. 2 TEU	11
5. La base giuridica per un intervento di armonizzazione delle legislazioni	13
6. Il pluralismo dell'informazione nella proposta di <i>European Media Freedom Act</i> : luci ed ombre	15
2. La tutela del pluralismo nell'era della convergenza digitale.	21
di Ottavio Grandinetti	
1. Pluralismo informativo: approccio tradizionale e nuove sfide nell'ambiente digitale	21
1.1. Premessa	21
1.2. Alcune precisazioni terminologiche	22
1.3. La posizione della Corte costituzionale	23
1.4. Recenti tentativi per un nuovo approccio	27
1.5. Qualche considerazione su vecchio e nuovo approccio	31
2. Il pluralismo esterno	36
2.1. Premessa	36
2.2. La sentenza della Corte di giustizia UE 3 settembre 2020	38
2.3. L'art. 51 del TUSMA	39
2.4. Considerazioni sulla nuova disciplina	41
2.4.1. Il difetto di delega	41
2.4.2. Inidoneità dei fatturati a tutelare il pluralismo esterno	42
2.4.3. L'eccessiva ampiezza del SIC	44
2.5. Conclusioni	45
3. Il pluralismo interno e la c.d. <i>diversity</i>	45
3.1. Definizione dell'ambito dell'analisi	45
3.2. I principi generali relativi all'intero sistema dei media audiovisivi	45

	pag.
3.3. I principi in materia di informazione	46
3.4. Assenza di norme ad effettiva tutela del conflitto di interessi e dell'indipendenza editoriale	47
3.5. Il ruolo del servizio pubblico e la sua dipendenza dalla politica	48
3.6. La c.d. <i>diversity</i> della tipologia di media	50
4. Le misure proattive: la c.d. <i>prominence</i>	50
4.1. Le previsioni della Direttiva 2018/1808/UE	50
4.2. L'art. 29 del TUSMA	51
4.3. Difetto di delega	52
4.4. Vantaggio competitivo assegnato ai servizi audiovisivi dif- fusi sul digitale terrestre	52
4.5. Dubbia sussistenza delle altre condizioni richieste dall'art. 7- <i>bis</i> della Direttiva	54
4.6. Dubbia legittimità dell'obbligo di installazione dell'LCN . . .	54
3. La coregolamentazione e l'autoregolamentazione nella nuova Direttiva SMA.	57
di Liliana Ciliberti e Luca Sanfilippo	
1. L'autoregolamentazione e la coregolamentazione quali strumenti alternativi di regolamentazione nel processo di integrazione euro- pea: tra esperienze passate e prospettive future	57
2. <i>Soft regulation</i> e servizi di media audiovisivi. La Direttiva SMAV .	68
3. Trasmissione di contenuti audiovisivi e <i>soft regulation</i> in Italia. Inquadramento generale	70
4. Il Codice media e minori	73
5. La <i>soft regulation</i> nel TUSMAR	77
6. La Direttiva SMA. Il <i>favor</i> per la coregolamentazione e i codici di condotta europei	84
6.1. <i>Segue</i> . Con riguardo alle piattaforme di condivisione di video	86
6.2. <i>Segue</i> . E ai servizi di media audiovisivi	88
7. La <i>soft regulation</i> nella normativa nazionale dopo la Direttiva SMA .	89
7.1. <i>Segue</i> . Con riguardo alle piattaforme <i>online</i>	89
7.2. <i>Segue</i> . E ai servizi di media audiovisivi	90
7.3. <i>Segue</i> . Nonché con riferimento al " <i>tertium genus</i> " degli <i>influencer</i>	93
8. Conclusioni	98

	pag.
4. La tutela dei minori tra media audiovisivi e servizi di condivisione video	103
di Lucia Musselli	
1. Premessa	103
2. La tutela dei minori nella Direttiva 2010/13/UE	107
2.1. Aspetti generali	107
2.2. Tutela dei minori nei servizi di media e nelle piattaforme di condivisione di video	109
2.3. <i>Segue</i> . La tutela nelle comunicazioni commerciali audiovi- sive	113
2.4. Il potenziamento di forme di <i>soft-regulation</i> in materia di tutela dei minori	115
3. Il d.lgs. 8 novembre 2021, n. 208 ed il nuovo Testo unico dei servizi di media audiovisivi	118
3.1. Le norme in materia di tutela dei minori contenute nel nuovo TUSMA: una conferma della <i>graduated regulation</i>	119
3.2. Le novità relative alla disciplina delle Piattaforme di condi- visione di video	123
4. Conclusioni	125
 5. Le comunicazioni commerciali: dai servizi di media all’ecosistema digitale	 129
di Ernesto Apa	
1. C’era una volta la pubblicità (e c’è ancora)	129
2. Dalla pubblicità alle comunicazioni commerciali	130
3. Comunicazioni commerciali e servizi di media audiovisivi: le inno- vazioni introdotte dal TUSMA	132
3.1. I principi generali in materia di comunicazioni commerciali audiovisive	133
3.2. Le interruzioni pubblicitarie	135
3.3. I limiti di affollamento	136
3.4. Le sponsorizzazioni	143
3.5. Le televendite	147
3.6. L’inserimento di prodotti (<i>product placement</i>)	149
4. Oltre i servizi di media audiovisivi: le comunicazioni commerciali nel più ampio ecosistema digitale	154
4.1. Le comunicazioni commerciali “dei” servizi di piattaforma per la condivisione di video	155
4.2. Le comunicazioni commerciali “nei” servizi di piattaforma per la condivisione di video	156
4.3. <i>Influencer marketing</i>	158

	pag.
4.4. Pubblicità via <i>broadband</i> : <i>programmatic advertising</i> , <i>addressable advertising</i> e <i>replacement advertising</i>	159
5. La frontiera della regolamentazione	164
6. La produzione audiovisiva europea e indipendente	167
di Francesca Pellicanò	
1. Gli obblighi di programmazione e investimento	167
2. Il panorama europeo	172
2.1. La trasposizione delle previsioni relative ai servizi lineari	175
2.2. La disciplina in materia di servizi non lineari	177
3. Il quadro normativo italiano	182
3.1. Gli obblighi per i fornitori di servizi di media audiovisivi lineari	182
3.2. Gli obblighi per i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta	185
4. La produzione indipendente	186
5. L'attività di monitoraggio e verifica	189
6. Esenzioni e deroghe agli obblighi di programmazione e investimento	193
7. Principali questioni aperte del sistema degli obblighi di programmazione e investimento	199
7. I meccanismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie tra utenti e fornitori di servizi	203
di Laura Aria e Fabiana Morollo	
1. Premessa: dalla "convergenza tecnologica" alla "convergenza regolamentare" nell'ecosistema digitale	203
2. I rimedi di risoluzione extragiudiziale delle controversie nella direttiva SMAV2 e nel decreto legislativo n. 208 del 2021	210
3. Tutele amministrative e sistemi di risoluzione alternativa delle controversie nel settore audiovisivo: il ruolo di Agcom	219
4. Attuazione delle norme primarie e modifiche al Regolamento di procedura	222
4.1. <i>Segue</i> . La risoluzione delle controversie tra utenti e fornitori di servizi di media audiovisivi nel nuovo Regolamento	223
4.2. Prospettive di ADR per le controversie con le <i>video sharing platforms</i>	228
4.2.1. L'ambito soggettivo	230
4.2.2. L'ambito oggettivo	232
4.2.3. Profili procedurali	233

	pag.
5. Risoluzione non giudiziale delle controversie, <i>regulation by litigation e mending justice</i>	237
6. Regolazione europea dei servizi digitali, <i>Digital Services Act package</i> e risoluzione extragiudiziale delle controversie	241
7. Considerazioni di sintesi	246
8. Le piattaforme di condivisione di video dalla Direttiva <i>E-Commerce</i> al <i>Digital Services Act</i>.	249
di Oreste Pollicino e Giovanni De Gregorio	
1. Introduzione	249
2. Origine e disciplina della Direttiva <i>E-Commerce</i>	251
3. Uno <i>step</i> intermedio: la regolamentazione delle <i>video-sharing platforms</i>	255
4. L'evoluzione: il <i>Digital Services Act</i>	259
5. Intrecci e prospettive	263
9. Intelligenza Artificiale generativa e media	269
di Marco Bassini	
1. Pluralismo, libertà di espressione, responsabilità: nuove questioni per legislatori e regolatori	269
2. L'evoluzione tecnica e la difficile costruzione di un quadro giuridico	271
3. La qualità dei dati come premessa per la generazione legale di contenuti	274
4. La riconducibilità dei contenuti prodotti di IA generativa a tutela costituzionale	277
5. Il regime giuridico applicabile ai fornitori di servizi digitali e le creazioni dell'IA generativa	286
6. Conclusioni	293
10. L'<i>European Media Freedom Act</i> e il suo impatto sul Testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi	295
di Claudia Massa	
1. Introduzione	295
2. Breve descrizione del "pacchetto" a tutela della libertà e del pluralismo dei media	297
3. Rilievi critici sulla Proposta di regolamento " <i>European Media Freedom Act</i> "	298
3.1. Sulla sussidiarietà	301
3.2. Sulla base giuridica	303
3.3. Sullo strumento	305
3.4. Sul contenuto	306

	pag.
4. L'impatto dello <i>European Media Freedom Act</i> sul settore audiovisivo	311
4.1. L'evoluzione della disciplina UE nel settore audiovisivo dagli anni '80 ad oggi	311
4.2. Le risposte dell' <i>European Media Freedom Act</i> alle nuove esigenze nel settore audiovisivo tra (lievi) benefici e (grandi) vuoti	315
5. L'incidenza dello <i>European Media Freedom Act</i> sulla disciplina italiana del settore audiovisivo	318
6. Conclusioni	323
11. Libertà di espressione e contrasto ai discorsi d'odio nella convergenza digitale	329
di Filippo Donati e Giulio Enea Vigevani	
1. Libertà di espressione, discorsi d'odio e disciplina dei media audiovisivi	329
2. Le misure europee sul contrasto ai discorsi d'odio, la prevenzione di contenuti dannosi e la loro traduzione nella normativa italiana	331
3. La ricostruzione della normativa interna per i media audiovisivi	338
Indice analitico	345