



Aprile 2018

Consultazione sulla modifica dell'ordinanza sulla radiotelevisione

Sintesi dei risultati

Indice

1	Introduzione	1
2	Commento alle singole disposizioni	2
2.1	Pubblicità mirata a gruppi specifici	2
2.1.1	In generale.....	2
2.1.2	Obbligo di notificazione: art. 2 cpv. 1 lett. a ^{bis}	4
2.1.3	Limitazioni nel contesto delle trasmissioni indirizzate ai minorenni: art. 18 cpv. 3 ^{bis} e cpv. 7 ORTV.....	4
2.1.4	Restrizioni in materia di pubblicità per la SSR: art. 22 cpv. 1 ^{ter} e cpv. 2 lett. b e c ORTV	4
2.1.5	Criteri per la relazione annuale: art. 27 cpv. 2 lett. f ^{bis} ORTV.....	6
2.1.6	Pubblicità mirata a gruppi specifici nei programmi di emittenti concessionarie: art. 35a ORTV	6
2.1.7	Nessun obbligo di diffusione per la pubblicità mirata a gruppi specifici: art. 51a ORTV.....	6
2.2	Altre osservazioni?	6
2.2.1	Miglioramenti per le persone affette da deficienze sensorie: art. 7 cpv. 1, 3 e 4 ORTV.....	6
2.2.2	Saldi delle quote di partecipazione al canone: art. 40 cpv. 1 e 3 ORTV.....	8
2.2.3	Sostegno finanziario all'Agenzia Telegrafica Svizzera: art. 44a ORTV	8

1 Introduzione

In applicazione dell'articolo 3 capoverso 2 della legge sulla consultazione (RS 172.061), il Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC) ha proceduto a una consultazione presso gli ambienti interessati sul progetto di modifica dell'ordinanza del 9 marzo 2007 sulla radiotelevisione (RS 784.401). La procedura di consultazione è stata aperta il 30 ottobre 2017 e chiusa il 16 febbraio 2018.

L'UFCOM ha ricevuto 73 pareri (cfr. allegato) e li ha pubblicati su Internet (www.ufcom.admin.ch > L'UFCOM > Organizzazione > Basi legali > Consultazioni).

L'avamprogetto posto in consultazione prevede la creazione di basi giuridiche affinché la SSR e le emittenti locali e regionali concessionarie possano in futuro trasmettere pubblicità mirata a gruppi specifici nell'ambito dei propri programmi oggetto di concessione. Prevede inoltre la creazione di una base per il futuro sostegno dell'Agenzia Telegrafica Svizzera (ats).

La prevista introduzione di pubblicità mirata a gruppi specifici ha dato adito a numerosi riscontri, per la maggior parte critici. La maggioranza dei Cantoni si è detta in linea di massima favorevole all'introduzione della pubblicità mirata a gruppi specifici, ma ha chiesto condizioni quadro tangibili. Si trattava principalmente di comprendere se le limitazioni pubblicitarie previste per la SSR aiutano anche a tutelare le altre aziende mediatiche.

Ha scatenato numerose reazioni anche il previsto sostegno all'Agenzia Telegrafica Svizzera (ats). I partecipanti alla consultazione si sono detti generalmente favorevoli, considerati gli sviluppi attuali e in particolare l'annuncio della soppressione di posti di lavoro e la fusione con Keystone, che sono però stati oggetto di critiche.

I miglioramenti delle prestazioni in favore delle persone affette da deficienze sensorie sono stati per la maggior parte accolti positivamente.

Sono stati affrontati anche tre temi che non erano oggetto dell'avamprogetto: IGEM e Goldbach chiedono la tutela dell'integralità del programma. Le emittenti chiedono che la fruizione lineare e differita dei programmi in Svizzera non possa essere offerta senza il consenso delle emittenti interessate. La regolamentazione svizzera attuale, unica nel suo genere, metterebbe a loro avviso a repentaglio i modelli commerciali delle emittenti e quindi anche la pluralità mediatica. Viene inoltre richiesto un sistema di incasso più semplice per i consumatori: la fattura trimestrale dovrebbe diventare uno standard e non dovrebbero essere riscosse tasse di fatturazione, né per le fatture annuali né per quelle trimestrali (Cantoni AR e BL; Unione sindacale svizzera, SSM, Federazione Svizzera dei Sordi, SKS). Infine, il sindacato svizzero dei Mass Media SSM auspica l'introduzione di un articolo aggiuntivo sul finanziamento del Consiglio svizzero della stampa.

Il Cantone AI è d'accordo con l'avamprogetto. L'Unione svizzera degli imprenditori ha espressamente rinunciato a una (propria) presa di posizione, in quanto secondo la ripartizione del lavoro con economie svizzere, ossia la Federazione delle imprese svizzere, la questione rientra nell'ambito di competenze di quest'ultima. Ha rinunciato a esprimere un parere anche l'Associazione dei Comuni Svizzeri.

2 Commento alle singole disposizioni

2.1 Pubblicità mirata a gruppi specifici

2.1.1 In generale

La pubblicità mirata a gruppi specifici è stata respinta dalla maggioranza, ed è stata criticata persino da coloro che ne approvano il principio.

Sono state più volte criticate le tempistiche della revisione e della consultazione: si sarebbero dovuti attendere i risultati della votazione sull'iniziativa per la soppressione del canone radiotelevisivo (Aktion Medienfreiheit, AZ Medien, i Verdi-liberali, Cantone SG), nonché i chiarimenti relativi alle questioni giuridiche e in materia di politica della concorrenza sul caso Admeira (UDC, Aktion Medienfreiheit, VSM, Cantoni SZ e TG). Altri sono dell'avviso che dovrebbe innanzitutto avvenire una discussione relativa al mandato di prestazioni della SSR, rispettivamente in merito al servizio pubblico, prima di creare nuovi dati di fatto con la revisione dell'ORTV (Aktion Medienfreiheit, UDC, PLR, Cantoni OW e SZ) e ritengono che, se proprio necessario, sarebbe stato meglio regolamentare il tutto in una legge (PBD, PLR, Verdi, Cantone AG, AZ Medien, IGEM, Stampa svizzera, VSM). La FRC chiede dapprima lo svolgimento di uno studio sulle ripercussioni economiche. L'impressum è dell'avviso che andrebbe innanzitutto chiarito nei dettagli se la tutela dei media privati sancita nella Costituzione è sufficientemente garantita (se sono quindi necessarie delle restrizioni particolari o estese in materia di pubblicità o se occorrono nuove disposizioni di tutela) e come impedire influenze sulla programmazione.

Si sono detti favorevoli alla pubblicità mirata a gruppi specifici e alle limitazioni previste (protezione della gioventù, limitazioni aggiuntive per la SSR) i Cantoni AI, BS, BE, GL, UR, VS e ZH; nonché asw, Comunicazione Svizzera, SKS, asut, Swisscom, Unione Svizzera dei Contadini e Unione delle città svizzere. Anche Telebasel, SWA/ASA, Travail Suisse e i Cantoni AR, BL, FR, NE, SO, SG, TI, VD e ZG non sono di principio contrari all'introduzione della pubblicità mirata a gruppi specifici, alcuni esprimono però forti perplessità e chiedono dei miglioramenti nell'avamprogetto.

Molti hanno criticato che la possibilità della pubblicità mirata a gruppi specifici per la SSR non farebbe che rafforzare ulteriormente la pressione sui media regionali (Cantoni GE, LU, NW, SH, SZ; PLR, Verdi-liberali; AZ Medien, BNJ, FRC, Stampa svizzera, RRR, VSM). La pubblicità mirata a gruppi specifici non apporterebbe alcun valore aggiunto per le emittenti private titolari di una concessione, poiché dal punto di vista economico non avrebbe senso frammentare ulteriormente il pubblico nelle regioni già di per sé piccole (Cantone TG, Unione svizzera delle arti e mestieri, i Verdi-liberali, Telesuisse). Si tratterebbe piuttosto di una vera e propria Lex SSR, poiché soltanto essa avrebbe le dimensioni necessarie per sfruttare in modo redditizio questa forma di pubblicità (SuisseDigital, upc, SSM, VSM).

Telesuisse rileva anche che per la realizzazione della pubblicità mirata a gruppi specifici le emittenti dovrebbero collaborare con le imprese di diffusione e che ciò genererebbe nuovi e non auspicabili rapporti di dipendenza all'interno della catena del valore aggiunto. Le condizioni quadro regolamentari devono essere ideate in modo che tutte le emittenti sul mercato finanziate grazie alla pubblicità possano sfruttare anche nella pratica questa nuova forma pubblicitaria. Le imprese di diffusione dovrebbero essere obbligate a diffondere i programmi televisivi integralmente e consentire alle emittenti un accesso non discriminatorio ai dati e alle interfacce necessari alla diffusione della pubblicità mirata a gruppi specifici (IGEM, Goldbach, Verdi-liberali, Cantoni BL e BS).

Diversi partecipanti alla consultazione hanno chiesto che la SSR non possa più procedere a ulteriori ampliamenti a livello pubblicitario (VSP-ARPS, Unione svizzera delle arti e mestieri, UDC, Verdi-liberali, Verdi, Unione sindacale svizzera, Centre Patronal, ARBUS, BNJ). I Verdi hanno persino chiesto una riduzione delle possibilità pubblicitarie e la rinuncia alle sponsorizzazioni radiofoniche. Per SSM è ipotizzabile finanziare la SSR esclusivamente tramite il canone.

Inoltre, sono state espresse perplessità di fondo in merito alla conciliabilità tra la pubblicità mirata a gruppi specifici e il principio del servizio pubblico: il vantaggio apportato dai proventi del canone non dovrebbe essere sfruttato per ottenere maggiori benefici sul mercato pubblicitario rispetto alla concorrenza finanziata esclusivamente tramite fonti private (Cantone SH). In aggiunta, il permesso di ricorrere alla pubblicità mirata a gruppi specifici favorirebbe la commercializzazione delle offerte mediatiche finanziate mediante i proventi del canone, cosa difficilmente conciliabile con il mandato di servizio pubblico (ARBUS, Verdi). Una personalizzazione dei contenuti promuoverebbe una tendenza a una maggiore frammentazione del pubblico e sarebbe contraria al principio di servizio pubblico (VSM). Il finanziamento della SSR dovrebbe incitare il meno possibile alla produzione di programmi con un orientamento commerciale; un fornitore del servizio pubblico non dovrebbe inoltre sfruttare i dati privati dei cittadini per inviare loro messaggi commerciali (COFEM).

Molti partecipanti hanno chiesto spiegazioni più dettagliate in merito alla protezione dei dati (Cantoni NE, LU, ZG e ZH; Verdi-liberali, Verdi, ARBUS, Unione sindacale svizzera). Ad oggi non si è ancora tenuto un dibattito pubblico in merito a se e fino a che punto i dati dei cittadini raccolti da SSR e Swisscom possano essere utilizzati a scopo pubblicitario. Per la SKS tre aspetti sono fondamentali: i consumatori devono sapere se viene fatta pubblicità mirata a gruppi specifici, cosa viene fatto con i loro dati (da chi e a quale scopo vengono utilizzati, elaborati e trasmessi) e devono disporre di una possibilità di *opt-out* semplice. FRC e syndicom chiedono un esplicito consenso (*opt-in*) e la possibilità di ritirarlo in qualsiasi momento, e anche VSM è dell'avviso che non si dovrebbe lasciare allo spettatore medio il compito di lottare con diverse applicazioni del proprio apparecchio di ricezione per potersi liberare di una persecuzione pubblicitaria.

impresum è dell'avviso che l'introduzione di alcuni nuovi capoversi negli articoli esistenti non tenga sufficientemente conto della portata della pubblicità mirata a gruppi specifici. Questa forma pubblicitaria particolare dovrebbe essere disciplinata in un articolo a sé stante, come avviene già con altre forme pubblicitarie particolari (ad es. la pubblicità interattiva o virtuale). L'Associazione Stampa Svizzera chiede che l'ordinanza definisca quantomeno il concetto di pubblicità mirata a gruppi specifici e stabilisca una chiara distinzione rispetto alla pubblicità online.

2.1.2 Obbligo di notificazione: art. 2 cpv. 1 lett. a^{bis}

Secondo l'articolo 2 LRTV le emittenti sottoposte all'obbligo di notificazione devono fornire determinate indicazioni in merito al programma e all'emittente. L'avamprogetto prevede che debbano essere comunicate anche le modifiche ai programmi mediante pubblicità mirata a gruppi specifici (diffusione di pubblicità mirata a gruppi specifici, vettori di diffusione). Lo scopo è favorire la trasparenza e agevolare l'attività di vigilanza. L'obbligo di registrazione e di conservazione di cui all'articolo 20 LRTV si applica anche ai programmi con blocchi pubblicitari diversi.

SWA/ASA, syndicom, Unione sindacale svizzera, PS e Verdi sono d'accordo sugli obblighi di informazione. FER ritiene il testo legislativo infelice.

Aktion Medienfreiheit respinge la modifica.

2.1.3 Limitazioni nel contesto delle trasmissioni indirizzate ai minorenni: art. 18 cpv. 3^{bis} e cpv. 7 ORTV

L'avamprogetto posto in consultazione prevede un divieto di ricorrere alla pubblicità mirata a gruppi specifici nel contesto di trasmissioni indirizzate ai minorenni (art. 18 cpv. 3^{bis}): i blocchi pubblicitari originali possono rivolgersi al gruppo di riferimento dei minorenni. Non è però auspicata un'ulteriore frammentazione del pubblico giovanile. La tutela dei minorenni dalla pubblicità mirata a gruppi specifici dovrebbe applicarsi a tutte le emittenti (cpv. 7).

I Cantoni AG, AI, GL, SG, TI e VD; nonché Verdi, PS, ARBUS, Unione Svizzera dei Contadini, Unione sindacale svizzera e syndicom concordano con la modifica.

AZ Medien e VSM trovano invece che la regolamentazione sia incoerente: o la pubblicità rivolta ai minorenni è talmente dannosa che occorre vietarla del tutto, oppure dev'essere fondamentalmente ammessa. SWA/ASA chiede uno stralcio del capoverso 3^{bis}, che ritiene inutile: i committenti di pubblicità devono poter decidere loro stessi se nel contesto pubblicitario già ben delimitato delle trasmissioni giovanili sono disposti a pagare un sovrapprezzo; inoltre, oggi non è ancora chiaro come potrebbe presentarsi un'ulteriore frammentazione.

VSP-ARPS chiede un'aggiunta al capoverso 7: «Ai [...] programmi televisivi [...] che non possono essere captati all'estero *per via terrestre* non si applicano le restrizioni...».

2.1.4 Restrizioni in materia di pubblicità per la SSR: art. 22 cpv. 1^{ter} e cpv. 2 lett. b e c ORTV

L'articolo 22 ORTV impone alla SSR restrizioni in materia di pubblicità allo scopo di tutelare le altre aziende mediatiche. L'introduzione della pubblicità mirata a gruppi specifici rende necessarie ulteriori limitazioni.

Art. 22 cpv. 1^{ter}: L'avamprogetto prevede che, per riguardo verso le altre aziende mediatiche, la SSR non può definire esclusivamente su base geografica i gruppi specifici cui si rivolge la pubblicità mirata.

Il Cantone VS e upc reputano il divieto di gruppi specifici su scala regionale come essenziale per la tutela delle emittenti locali e regionali. Anche Unione Svizzera dei Contadini, Comunicazione Svizzera e i Cantoni AG e SG trovano che le limitazioni su base regionale vadano nella direzione giusta. Di avviso contrario sono invece Telesuisse, Telebasel, COFEM, AZ Medien, ARBUS, SSM, FER, Unione

sindacale svizzera, Centre Patronal, PS e PPD: la limitazione di cui al capoverso 1 («non possono essere definiti esclusivamente su base geografica») sarebbe inadatta e non controllabile, il *targeting* regionale dovrebbe però essere impedito categoricamente e totalmente. I Cantoni BL e BS chiedono che non possa essere definita come gruppo specifico la popolazione di una zona di copertura di un'emittente titolare di una concessione. Per VSP-ARPS e SH la regione linguistica va considerata come grandezza geografica minima per l'offerta della SSR.

Art. 22 cpv. 2 lett. b e c: l'**avamprogetto** prevede una **restrizione di tempo in materia di pubblicità**. Durante i 12 minuti di pubblicità all'ora alla SSR dovrebbero essere ammessi un massimo di quattro minuti di pubblicità mirata a gruppi specifici. Questo affinché la SSR abbia la possibilità di utilizzare questo strumento pubblicitario innovativo, ma con moderazione.

Una variante dell'avamprogetto prevede che, invece di una limitazione della durata, sia introdotto un **limite massimo per gli introiti pubblicitari** della SSR. Qualora tali introiti dovessero superare un determinato limite da stabilire, la SSR potrebbe essere obbligata a utilizzare una parte degli introiti in eccesso a favore dei media elettronici. I dettagli dovrebbero essere disciplinati dal DATEC. Una tale disposizione verrebbe sancita, per ragioni di sistematica, nella concessione SSR.

I Cantoni GL e SG sono fundamentalmente favorevoli a una limitazione a 4 minuti. Per GL andrebbero esaminate anche ulteriori limitazioni come ad esempio il divieto di intermezzi pubblicitari durante i programmi. Il Cantone TI e asw reputano che la limitazione temporale sia preferibile rispetto all'introduzione di un limite massimo per gli introiti pubblicitari.

Per ARBUS già i 12 minuti di pubblicità all'ora sono eccessivi.

SWA/ASA respinge l'idea delle restrizioni di tempo in materia di pubblicità: senza sapere come si svilupperà la domanda nell'ambito di questa forma pubblicitaria, tali restrizioni non hanno alcun senso. La pubblicità mirata a gruppi specifici sarebbe più pertinente per i telespettatori e disturberebbe meno.

VSM e AZ Medien criticano la mancanza di chiarezza quanto al concetto di «forme pubblicitarie più lunghe».

Sono favorevoli a un limite massimo per le entrate pubblicitarie COFEM, VSP-ARPS, SWA/ASA, Comunicazione Svizzera e il Cantone AG. Secondo VSP-ARPS, in tale ambito vanno considerati anche gli introiti dovuti alle sponsorizzazioni. COMCO, Stampa svizzera, Centre Patronal e i Cantoni SG e UR respingono invece l'idea di un limite massimo.

L'Unione delle città svizzere reputa che un limite massimo finanziario avrebbe più senso rispetto a una limitazione temporale.

VSM e AZ Medien deplorano la totale mancanza di chiarezza quanto al significato del concetto di «media elettronici», e a loro avviso non è nemmeno chiaro se la SSR, una volta superato il limite massimo, potrebbe sostenere finanziariamente progetti come meglio crede. La possibilità per la SSR di influire sulla ripartizione delle risorse finanziarie creerebbe situazioni di dipendenza non auspicabili. Inoltre, il solo limite finanziario massimo, senza una limitazione a livello temporale, non sarebbe sostenibile, poiché in questo modo l'inventario pubblicitario della SSR si estenderebbe in modo esponenziale.

Secondo la COMCO, in generale si dovrebbe rinunciare a introdurre limitazioni o, qualora fossero necessarie, andrebbero formulate come «clausola discrezionale».

Per SuisseDigital e upc le limitazioni di cui all'articolo 22 ORTV non sono sufficienti per soddisfare le esigenze a livello di «considerazione» secondo l'articolo 93 capoverso 4 Cost.. Anche il Cantone NW è dell'avviso che la SSR, finanziata per tre quarti mediante proventi del canone, non dovrebbe ottenere una posizione privilegiata nell'ambito della pubblicità, anche se sono previste limitazioni per i mi-

norenni e i gruppi specifici regionali, e pure concernenti la durata complessiva della pubblicità. Per tutelare ulteriormente le emittenti regionali, il Cantone VD propone di vietare alla SSR la diffusione di pubblicità mirata a gruppi specifici durante determinati periodi dell'anno.

2.1.5 Criteri per la relazione annuale: art. 27 cpv. 2 lett. 1^{bis} ORTV

L'avamprogetto prevede per le emittenti concessionarie l'obbligo di fornire nella propria relazione annuale anche indicazioni sulla pubblicità mirata a gruppi specifici (numero di gruppi specifici, modalità di diffusione).

SWA/ASA, syndicom, l'Unione sindacale svizzera, PS e Verdi sono concordi con l'obbligo di informazione. FER ritiene il testo legislativo infelice.

2.1.6 Pubblicità mirata a gruppi specifici nei programmi di emittenti concessionarie: art. 35a ORTV

L'avamprogetto prevede che le emittenti private concessionarie possano diffondere il proprio programma con l'aggiunta di pubblicità mirata a gruppi specifici. Lo scopo è favorire la trasparenza e agevolare l'attività di vigilanza. Anche a questi programmi si applicano le disposizioni valide per i programmi oggetto di concessione (in particolare le prescrizioni in materia di pubblicità concernenti l'inserimento nei programmi e la durata della pubblicità, art. 18 e 19 ORTV).

Telebasel accoglie favorevolmente la modifica, che consentirà ai programmi titolari di una concessione di esaminare l'idoneità della pubblicità mirata a gruppi specifici ed eventualmente introdurla. SWA/ASA e syndicom si dicono chiaramente favorevoli alla modifica. VSP-ARPS auspica, nel capoverso 1, lo stralcio della seconda parte della frase («a condizione che ciò non sia escluso dalla concessione»).

2.1.7 Nessun obbligo di diffusione per la pubblicità mirata a gruppi specifici: art. 51a ORTV

L'avamprogetto non prevede nessun obbligo di diffusione per la pubblicità mirata a gruppi specifici. Le emittenti devono accordarsi per via contrattuale con i fornitori di servizi di telecomunicazione.

Telebasel, SWA/ASA, Swisscom e asut sono espressamente favorevoli alla modifica, VSP-ARPS ne chiede invece lo stralcio.

SuisseDigital e upc sono d'accordo sul contenuto, hanno però una proposta in merito al collocamento sistematico: il contenuto deve essere inserito nell'articolo 45 ORTV come nuovo capoverso 1^{bis}, che abolisce la ridiffusione inalterata del segnale per la pubblicità mirata a gruppi specifici disciplinata al capoverso 1.

2.2 Altre osservazioni?

2.2.1 Miglioramenti per le persone affette da deficienze sensorie: art. 7 cpv. 1, 3 e 4 ORTV

Secondo l'avamprogetto posto in consultazione, nei prossimi anni la quota di trasmissioni sottotitolate tra i programmi televisivi lineari e i contenuti che la SSR pubblica esclusivamente su Internet (contenuti disponibili unicamente su Internet) dovrà raggiungere al minimo il 75 per cento, mentre rimarrà invariata la disposizione giuridica relativa ai contributi che devono essere accompagnati dal linguaggio gestuale. Il capoverso 3 chiede che l'offerta di trasmissioni con descrizione audio per persone ipovedenti venga estesa e includa tutti i programmi televisivi in prima serata dei primi canali. L'offerta destinata alle persone affette da deficienze sensorie, la portata delle prestazioni, come pure lo scadenziario di attuazione sono fissati in un accordo concluso tra la SSR e le associazioni di disabili interessate. Il 4 settembre 2017 la SSR ha concluso un tale accordo con le associazioni di disabili. Il capoverso 4 regola il caso in cui l'accordo sia rescisso anzitempo o non sia più rinnovato.

La modifica è stata accolta favorevolmente dalla maggioranza (Cantoni AG, GL, GR, NE, NW, OW, SZ, TG, TI, VD, VS e ZH; ARBUS, Unione Svizzera dei Contadini, Centre Patronal, Unione svizzera

delle arti e dei mestieri, SWA/ASA, TravailSuisse, Unione delle città svizzere e i partiti PPD, PBD, Verdi-liberali, PS e UDC). Si sono pronunciati a favore di un'espansione progressiva anche Verdi, Unione sindacale svizzera, SSM e syndicom, ma chiedono però che tutti i contributi siano sottotitolati in tutte le regioni linguistiche; l'obiettivo dovrebbe essere dunque fissato al 100 e non al 75 per cento.

SONOS esige più del 75 per cento e insiste sull'attuazione dell'accordo del 4 settembre 2017, in cui è stabilito che entro il 2022 la quota di trasmissioni sottotitolate deve essere portata all'80 per cento.

In linea di principio Aktion Medienfreiheit accoglie favorevolmente un aumento della quota di trasmissioni sottotitolate nel programma redazionale della SSR. Non approva invece il fatto che questa revisione, a suo modo di vedere, tenta celatamente di sancire nella legge le offerte SSR disponibili solo via Internet. Sempre secondo Aktion Medienfreiheit, la concessione in vigore non offrirebbe alcuna base e non conterrebbe alcun mandato per le offerte disponibili unicamente su Internet, pertanto converrebbe rinunciare a quest'ultima tipologia.

Il Cantone AR, la Federazione Svizzera dei Sordi e la SSR segnalano che l'accordo sulle prestazioni del 4 settembre 2017 tra la SSR e le associazioni di disabili va al di là delle direttive dell'avamprogetto di revisione. Al fine di evitare possibili fraintendimenti relativi all'interazione tra l'ORTV e tale accordo, SSR e Federazione Svizzera dei Sordi propongono di apportare alcune modifiche.

La SSR chiede che si rinunci a fissare nell'articolo 7 capoverso 1 ORTV una proporzione di contributi sottotitolati disponibili unicamente su Internet. Il volume di contenuti audiovisivi pubblicati unicamente su Internet può variare fortemente di anno in anno, fattore che rende difficile pianificare le prestazioni di sottotitolaggio in questo ambito. Nel quadro dell'accordo sulle prestazioni, le associazioni e la SSR hanno pertanto concordato un numero massimo di ore che la SSR deve sottotitolare annualmente. È inoltre stato concordato che la SSR e le associazioni ridefiniscano insieme la proporzione di contenuti da sottotitolare disponibili unicamente su Internet qualora il volume totale di tali contenuti dovesse cambiare in maniera significativa. Anche l'Unione delle città svizzere è dell'avviso che per questi motivi sarebbe meglio fissare un numero di ore massimo piuttosto che una proporzione basata sulla quantità.

La Federazione Svizzera dei sordi chiede che l'ORTV non possa chiedere meno dell'accordo del 4 settembre 2017. In particolare, chiede un adeguamento dell'articolo 7 capoverso 1 ORTV affinché alle persone affette da disturbi dell'udito sia garantito un accesso totale e senza barriere all'intera offerta della SSR grazie ai sottotitoli, tanto nel programma televisivo lineare quanto nelle offerte disponibili unicamente su Internet. Per la Federazione Svizzera dei Sordi, l'offerta da sottotitolare nella sua totalità comprende non solo i contributi redazionali ma, esplicitamente, anche la pubblicità, i lanciamenti e i contenuti di terzi. L'obbligo dovrebbe inoltre applicarsi alle emittenti televisive che trasmettono i loro programmi in collaborazione con la SSR. Una limitazione come quella prevista nell'avamprogetto di revisione sarebbe in contraddizione con l'articolo 9 della Convenzione sui diritti delle persone con disabilità (CDPD; RS 0.109) e con l'articolo 8 capoverso 1 e 2 Cost. Per questo motivo la Federazione Svizzera dei Sordi chiede anche che almeno il 5 per cento delle prime messe in onda dei programmi sia offerto in lingua dei segni. Nel complesso reputa un'attuazione di tutte le misure richieste entro il 2025 come realistica e adeguata.

VSP-ARPS chiede che i contributi di tutti i contenuti definiti nella concessione siano sottotitolati. Il Cantone ZG ritiene che per determinare quali trasmissioni devono essere accompagnate da descrizione audio non ci si dovrebbe basare sulla finestra temporale della diffusione delle trasmissioni, quanto piuttosto su criteri di tipo qualitativo: le news nazionali e regionali, le produzioni proprie e le serie di successo della SRF, le trasmissioni dal contenuto sociale o economico, le trasmissioni culturali e i documentari di produzione propria, le trasmissioni speciali rivolte ai bambini e ai giovani in età scolare o destinate a persone in età più avanzata.

AZ Medien e il Cantone AG chiedono se all'articolo 7 capoverso 1 ORTV si intenda davvero un terzo dell'intero programma. Nella formulazione della disposizione andrebbe precisato se le emittenti televisive private che cooperano con la SSR devono sottotitolare un terzo dell'intero programma o se tale

quota si riferisca a un'ulteriore misura di riferimento. L'applicazione di questa condizione alle emittenti private non parrebbe giustificabile: creerebbe infatti costi molto elevati. Occorre dunque rinunciare a imporre tale condizione alle emittenti private.

Anche impressum privilegia in linea di massima una maggiore integrazione, ma rinuncia tuttavia a prendere posizione in modo esplicito «per mancanza di conoscenze approfondite in merito alle esigenze».

2.2.2 Saldi delle quote di partecipazione al canone: art. 40 cpv. 1 e 3 ORTV

Dal 2019 la SSR riceverà una quota fissa dei proventi totali del canone radiotelevisivo, e lo stesso vale per gli altri destinatari del canone. Sinora, in base all'articolo 68a LRTV la SSR riceveva i proventi totali detratti gli stanziamenti per tutti gli altri scopi. Se i proventi superano il fabbisogno risulta un saldo, che deve essere tenuto in considerazione in occasione della successiva determinazione dell'ammontare del canone. Già oggi l'articolo 40 ORTV prevede che i saldi delle quote di partecipazione al canone incassate dalla Confederazione siano esposti nel bilancio della Confederazione e che il provento e l'utilizzazione (p. es. sottotitolaggio) vengano pubblicati. L'avamprogetto prevede di adeguare l'articolo 40 in modo che il bilanciamento del saldo sottostia alle stesse disposizioni.

I Cantoni AG, AI e TI sono favorevoli alla modifica. Anche i Verdi sono fundamentalmente concordi, ma ritengono che dovrebbe continuare ad essere possibile costituire riserve per investimenti più elevati. Non sarebbe opportuno cambiare in continuazione l'importo del canone; un'affidabilità a livello di strategia e una sicurezza in materia di pianificazione sono più importanti rispetto a degli adeguamenti a breve termine.

BNJ, RRR e il Cantone JU respingono le modifiche. I saldi non dovrebbero essere riportati nel bilancio della Confederazione, poiché il canone è riservato per le radiocomunicazioni e non può essere utilizzato per altre attività della Confederazione.

VSP-ARPS e il Cantone SH propongono di impiegare la somma non utilizzata per progetti mirati e un sostegno alle emittenti concessionarie interessate. Il Cantone TI è dell'avviso che i media potrebbero trarre beneficio dalle eccedenze per finanziare la formazione e la formazione continua.

Unione sindacale svizzera e Syndicom propongono di sostenere mediante il canone radiotelevisivo anche il Consiglio svizzero della stampa, importante organo per il controllo della qualità del servizio pubblico in ambito mediatico. La convergenza dei media richiede un controllo della qualità che non faccia più distinzioni in base al tipo di diffusione, il Consiglio svizzero della stampa dovrebbe pertanto essere ribattezzato «Consiglio dei media».

2.2.3 Sostegno finanziario all'Agenzia Telegrafica Svizzera: art. 44a ORTV

L'Agenzia Telegrafica Svizzera (ats) svolge un ruolo importante per la qualità giornalistica delle emittenti radiotelevisive locali-regionali, in quanto i resoconti di queste ultime si basano in modo significativo sui servizi forniti dall'ats. L'ats intende inoltre arricchire il suo servizio di base con produzioni video in modo da assicurare la qualità dei programmi locali-regionali. Per garantire il volume e i contenuti di tali servizi, l'avamprogetto posto in consultazione prevede che l'ats possa essere sostenuta mediante un contributo annuo tratto dai proventi del canone radiotelevisivo. Il sostegno dovrà essere vincolato da un accordo sulle prestazioni che ponga al centro anche le esigenze a livello locale-regionale.

Il sostegno all'ats ha suscitato numerose reazioni critiche, e questo nonostante sia stato accolto favorevolmente da una maggioranza per ragioni di politica mediatica e statale.

Inoltre, è stata presentata la «Petition für eine dreisprachige, unabhängige und nicht gewinnorientierte SDA» (petizione per un'ats trilingue, indipendente e senza scopo di lucro), sottoscritta da 5962 persone.

La maggioranza dei Cantoni (AG, AI, BE, BL, BS, FR, GL, GR, JU, NE, NW, OW, SH, SO, TI, UR, VD, VS, ZG e ZH) si è detta favorevole al sostegno, così come WRK/CGSO, AZ Medien, ARBUS, PBD, COFEM, Unione Svizzera dei Contadini, Centre Patronal, Verdi, impressum, Stampa svizzera, SSR, SSM, ASA, Unione delle città svizzere, syndicom e Travail Suisse. Secondo RRR, BNJ e il Cantone AR la proposta va nella direzione giusta.

Alcuni chiedono un dibattito preliminare approfondito (COFEM, Cantone SG, PPD, FRC).

Si sono espressamente opposti al sostegno all'ats: Aktion Medienfreiheit, COMCO, FER, Unione svizzera delle arti e mestieri, Unione sindacale svizzera, SuisseDigital, upc, UDC e i Cantoni GE e SZ. Sono piuttosto scettici anche ARBUS, FRC e VSM.

Anche la maggioranza dei partiti è scettica: «in circostanze normali», il PS sarebbe d'accordo con il sostegno, ma considerati gli sviluppi attuali reputa che va escluso un sussidio indiretto alle grandi case editrici. Sarebbe preferibile un sostegno a breve termine tramite la legge sulle lingue. Nell'ambito dell'elaborazione della nuova legge sui media si dovrebbero quindi creare le basi giuridiche per consentire un finanziamento a lungo termine dell'ats. Secondo PPD e PLR occorre chiarire la situazione giuridica dell'ats prima di poter discutere di un eventuale sostegno. L'UDC respinge totalmente il sostegno all'ats; teme si trasformi in un'«agenzia telegrafica statale». I Verdi-liberali sono anch'essi d'accordo con il sostegno finanziario proposto, ma a condizione che sia una soluzione di emergenza e transitoria. La questione di un sostegno finanziario all'ats andrebbe discussa nel quadro della strategia generale della legge sui media elettronici. PBD e Verdi sono favorevoli a un accordo sulle prestazioni con l'ats.

Aktion Medienfreiheit respinge totalmente il sostegno; sarebbe fundamentalmente sbagliato che un'organizzazione privata dipendesse da fonti di finanziamento stabilite per legge. L'ats perderebbe infatti la sua indipendenza dalla politica, ciò che non sarebbe nell'interesse della pluralità e della libertà del paesaggio mediatico svizzero.

Un'ulteriore argomentazione addotta è il fatto che l'ats offre principalmente le sue prestazioni ai media stampati e che il sostegno all'ats equivarrebbe quindi a un sostegno diretto o indiretto ai media (Unione svizzera delle arti e mestieri, Cantone TG, Aktion Medienfreiheit, FER), tuttavia la base giuridica a tale scopo manca. Anche VSM e AZ Medien mettono in dubbio l'esistenza di una base giuridica sufficiente. L'articolo 68a capoverso 1 lettera b LRTV dà unicamente al Consiglio federale il diritto di determinare l'importo del canone sulla base dei criteri che influiscono su tale importo. Non consente invece un sostegno finanziario a terzi.

Sono state espresse forti perplessità in particolare quanto alla prevista fusione tra l'ats e Keystone: si teme che i contributi di sostegno non vengano utilizzati conformemente agli obiettivi e siano invece versati agli azionisti, o confluiscono persino all'estero (COFEM, FER, Unione sindacale svizzera, Verdi, Cantoni AR, GE e SZ). Occorre inoltre sospendere le ampie misure di ristrutturazione e il taglio di posti di lavoro presso l'ats fino a quando non saranno state valutate tutte le opzioni per il futuro e non sarà stato attribuito un mandato di prestazioni (Verdi, Cantone BS). Secondo ARBUS, syndicom e PS occorre adottare una strategia affinché in futuro l'ats possa perlomeno mantenere la portata e la qualità delle sue prestazioni attuali.

In merito al mandato di prestazioni sono state formulate le aspettative seguenti:

Gli aiuti devono essere utilizzati per i servizi giornalistici in Svizzera, privilegiando le esigenze a livello locale e regionale (ARBUS, syndicom, Unione delle città svizzere; Cantoni AG, NW, OW, TI, UR e VD; BNJ, PS). Occorre porre fortemente l'accento sulle cronache locali (Cantone VS) e stabilire quali prestazioni devono essere fornite in lingua francese e italiana (ARBUS). impressum chiede che si soddisfino le condizioni per garantire che i fondi pubblici siano utilizzati esclusivamente per scopi di pubblico interesse.

Syndicom e Unione sindacale svizzera auspicano che il sussidio sia utilizzato per il mantenimento e lo sviluppo delle prestazioni esistenti; BNJ, RRR e il Cantone JU invece non vedono la necessità di estendere le attività dell'ats, ritengono però che occorrerebbe migliorare quelle esistenti. Il Cantone SH auspica che il sussidio sia impiegato principalmente per mettere a disposizione testi, e non immagini in movimento.

Le condizioni di lavoro devono essere disciplinate mediante un contratto collettivo di lavoro con le associazioni di categoria (secondo syndicom). Il finanziamento dell'ats non dovrebbe provenire dalla quota di partecipazione al canone attribuita delle emittenti locali e regionali, ma dalle quote della SSR (BNJ, RRR, Cantoni JU e SH; VSP-ARPS).

Un tale accordo sulle prestazioni deve essere messo a concorso, e occorre indicare in quale misura il nuovo mandato di prestazioni va al di là degli accordi esistenti (COMCO).

Allegato: lista dei partecipanti

Kantone / Cantons / Cantoni

AG	Aargau / Argovie / Argovia
AI	Appenzell Innerrhoden / Appenzell Rh.-Int. / Appenzello Interno
AR	Appenzell Ausserrhoden / Appenzell Rh.-Ext. / Appenzello Esterno
BE	Bern / Berne / Berna
BL	Basel-Landschaft / Bâle-Campagne / Basilea-Campagna
BS	Basel-Stadt / Bâle-Ville / Basilea-Città
FR	Freiburg / Fribourg / Friburgo
GE	Genf / Genève / Ginevra
GL	Glarus / Glaris / Glarona
GR	Graubünden / Grisons / Grigioni
JU	Jura / Giura
LU	Luzern / Lucerne / Lucerna
NE	Neuenburg / Neuchâtel
NW	Nidwalden / Nidwald / Nidvaldo
OW	Obwalden / Obwald / Obvaldo
SG	St. Gallen / Saint-Gall / San Gallo
SH	Schaffhausen / Schaffhouse / Sciaffusa
SO	Solothurn / Soleure / Soletta
TG	Thurgau / Thurgovie / Turgovia
TI	Tessin / Ticino
UR	Uri
VD	Waadt / Vaud
VS	Wallis / Valais / Vallese
ZG	Zug / Zoug / Zugo
ZH	Zürich / Zurich / Zurigo
WRK / CGSO	Westschweizer Regierungskonferenz / Conférence des Gouvernements de Suisse occidentale

In der Bundesversammlung vertretene politische Parteien / Partis politiques représentés à l'Assemblée fédérale / Partiti rappresentati nell'Assemblea federale

I Verdi	Verdi svizzeri
PBD	Partito borghese democratico svizzero
PLR	PLR. I Liberali.
PPD	Partito popolare democratico svizzero

PS	Partito socialista svizzero
UDC	Unione democratica di centro
Verdi-liberali	Partito verde liberale

Gesamtschweizerischer Dachverband der Gemeinden, Städte und Berggebiete / Associations faîtières des communes, des villes et des régions de montagne qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dei Comuni, delle città e delle regioni di montagna

Associazione dei Comuni Svizzeri
Schweizerischer Städteverband / Union des villes suisses / Unione delle città svizzere

Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft / Associations faîtières de l'économie qui oeuvrent au niveau national / Associazioni mantello nazionali dell'economia

CP	Centre Patronal
FER	Fédération des Entreprises Romandes
sbv / usp / usc	Schweizer Bauernverband / Union Suisse des Paysans / Unione Svizzera dei Contadini
Unione svizzera degli imprenditori	Schweizerischer Arbeitgeberverband / Union patronale suisse / Unione svizzera degli imprenditori
SGB / USS	Schweizerischer Gewerkschaftsbund / Union syndicale suisse / Unione sindacale svizzera
sgv usam	Schweizerischer Gewerbeverband / Union suisse des arts et métiers / Unione svizzera delle arti e mestieri
Travail.Suisse	

Medien, Medienschaffende, Medienkonsumenten / Médias, professionnels des médias, consommateurs de médias / Media, esperti dei media, consumatori del mercato dei media

Aktion Medienfreiheit	
ARBUS Svizzera	Vereinigung für kritische Mediennutzung
Associazione Stampa Svizzera	Verband Schweizer Medien / Médias suisses / Stampa svizzera
AZ Medien	AZ Medien AG
BNJ	BNJ FM SA (RJB, RTN, RFJ)
IGEM	Interessengemeinschaft elektronische Medien
impressum	Die Schweizer Journalist*innen / Les journalistes suisses / I giornalisti svizzeri
Médias Suisses	Association des médias privés romands
RRR	Radios Régionales Romandes

SSM	Schweizer Syndikat Medienschaffender / Syndicat suisse des mass media / Sindacato svizzero dei mass media
SSR	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft / Société suisse de radio-diffusion et télévision / Società svizzera di radiotelevisione
syndicom	Sindacato dei media e della comunicazione
Telebasel	
Telesuisse	Verband der Schweizer Regionalfernsehen / Association des télévisions régionales suisses / Associazione delle televisioni regionali svizzere
VSP-ARPS	Associazione delle radio private svizzere

Werbewirtschaft / Branche publicitaire / Industria pubblicitaria

asw	Allianz Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen
Comunicazione Svizzera	Organizzazione mantello della comunicazione commerciale in Svizzera
Goldbach	Goldbach Group AG
SWA/ASA	Schweizer Werbe-Auftraggeberverband / Association Suisse des Annonceurs / Utenti Svizzeri Pubblicità

Telekommunikation / Télécommunications / Telecomunicazioni

asut	Schweizerischer Verband der Telekommunikation / Association Suisse des Télécommunications / Associazione svizzera delle telecomunicazioni / Swiss Telecommunications Association
SuisseDigital	Associazione delle reti di comunicazione
Swisscom	Swisscom AG
upc	upc Schweiz GmbH

Gehörlosen- und Hörbehindertenverbände / Associations de sourds et de malentendants / Associazioni delle persone audiolese e non udenti

SGB-FSS	Federazione Svizzera dei Sordi
SONOS	Schweizerischer Hörbehindertenverband

Konsumentenorganisationen / Associations de consommateurs / Organizzazioni dei consumatori

FRC	Fédération romande des consommateurs
SKS	Stiftung für Konsumentenschutz

Weitere Teilnehmer / Autres participants / Altri partecipanti

COFEM	Commissione federale dei media
COMCO	Commissione della concorrenza
Petizione	Marco Fähndrich e 5962 firmatari della «Petition für eine dreisprachige, unabhängige und nicht gewinnorientierte SDA»