

A BRUXELLES IL CONFRONTO SULLE MODIFICHE ALLA DIRETTIVA 2010 CHE REGOLA IL SETTORE

Internet e pay-tv, le proposte I-Com alla Ue

DI ANGELA ZOPPO

Approda oggi a Bruxelles, all'Europarlamento, il Rapporto «Avm-sd Refit or Reform? Audio Visual Media Services in the Digital Era», il documento preparato da I-Com dopo un giro di consultazioni che ha coinvolto anche Mediaset, Rai e Sky sulle proposte di modifica della direttiva Ue sui servizi di media audiovisivi. I-Com, l'Istituto per la Competitività, inaugura così le sue attività a Bruxelles. «Abbiamo aperto i nostri uffici qui a marzo scorso e siamo l'unico think tank italiano con una presenza stabile nel centro nevralgico della Ue», spiega a *MF-Milano Finanza* il presidente di I-Com Stefano da Empoli. «Questo rapporto è un contributo per approfondire punti di forza e debolezza della proposta della Commissione Europea di modificare la direttiva del 2010 sui servizi di media audiovisivi». Il documento parte dai numeri del set-

tore: se fino al 2014 il traffico video ha rappresentato il 64% del consumo totale su Internet, questa percentuale è destinata a salire fino all'80% entro il 2019. La tv in generale resta la colonna portante del mercato audiovisivo, con introiti per circa 66,5 miliardi di euro, ma quella generalista è in calo, mentre continua a crescere la pay-tv, che dal 2010 ha registrato un incremento del 17%. Per la pubblicità online i dati sono quelli del 2014, che segnalano già un aumento dell'11,8% della spesa. «Circa due terzi dei ricavi sono ancora legati alla tv», osserva il presidente di I-Com. «Ma i servizi on-demand hanno aumentato le opzioni disponibili per il pubblico europeo e ormai competono direttamente con i contenuti tradizio-

nali. Per questo riteniamo che la nostra analisi possa contribuire a tenere alta l'attenzione delle istituzioni europee e dei governi nazionali su un contesto di mercato particolarmente dinamico che richiede un quadro normativo in grado di adattarsi a una realtà in veloce mutamento». La Commissione Europea vuole riformare la direttiva assicurando parità di condizioni, aumentando il grado di tutela del consumatore e incoraggiando la concorrenza all'interno del comparto audiovisivo dell'Ue per rafforzare il mercato unico. Tra i punti-chiave c'è la disciplina della categoria delle piattaforme di video-sharing, alle quali però vengono imposti obblighi solo con riferimento alla tutela dei consumatori, mantenendo invece l'esenzione di

responsabilità editoriale prevista dalla Direttiva sul commercio elettronico: ne usufruiscono, per esempio, Netflix e Youtube. Di positivo per I-Com ci sono i nuovi elementi di flessibilità e semplificazione individuati dalla Commissione. «Da apprezzare», secondo Bruno Zambardino, direttore dell'Osservatorio Media I-Com, «le misure che rimuovono i confini tra servizi lineari e on-demand, e le disposizioni a carico delle piattaforme online, come Youtube, a tutela dei minori». Ma le posizioni degli stakeholder sono ancora divise e il rapporto che verrà presentato oggi lavora proprio a superare queste divisioni intanto che procede l'iter del nuovo testo tra Consiglio, Parlamento e Commissione Ue. L'obiettivo di I-Com è assicurare regole più eque per tutti gli attori in campo, rafforzando pluralismo informativo e diversità culturale, da un lato, e innalzando il grado di innovazione e di competitività delle imprese europee, dall'altro». (riproduzione riservata)



Stefano da Empoli

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

