

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1491

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**BASSOLINO, DI PRISCO, MASINI, POLLASTRINI
MODIANO, SANGIORGIO, VELTRONI**

Modifica alla legge 6 agosto 1990, n. 223, in materia di
pubblicità radiofonica e televisiva

Presentata il 6 agosto 1992

ONOREVOLI COLLEGHI! — Con la presente proposta di legge intendiamo dare seguito a quanto è disposto dal comma 17 dell'articolo 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223, recante « Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato », chiamando il Parlamento ed il Governo a compiere, in esecuzione di quanto ha proposto il Garante per la radiodiffusione e l'editoria nell'ultima relazione sullo stato del sistema radiotelevisivo, un atto urgente e necessario: la definizione della ripartizione tra i mezzi della risorsa pubblicitaria, perché, indicando i livelli per la concessionaria pubblica, si definisce anche la quota di mercato assunta dai privati.

In particolare indichiamo una riduzione bilanciata della raccolta della concessionaria pubblica e delle emittenti pri-

vate nazionali pari ad una riduzione di circa un sesto della raccolta stessa. Oltre al superamento di inefficaci ed anacronistici « tetti monetari », proponiamo una modifica degli indici in modo da renderli più precisi, rigorosi ed efficacemente controllabili, legati al solo affollamento pubblicitario per ciascuna ora di trasmissione.

Tali proposte tengono quindi conto delle giuste osservazioni avanzate da più parti circa alcune urgenti modifiche della legge n. 223 del 1990, necessarie per sbloccare il settore pubblicitario, decongestionarlo e determinare un andamento delle tariffe che consenta l'apertura di spazi nuovi che vadano a vantaggio dell'emittenza locale e del settore editoriale.

Questo è il nostro obiettivo che intendiamo perseguire con realismo ed atten-

zione alle dinamiche di mercato, convinti che qualsiasi futuro di pluralismo per il settore dei *media* passi attraverso un superamento di quelle logiche di stretto duopolio che così fortemente comprimono il mercato. Sono indispensabili scelte urgenti.

Bisogna anche tener conto del fatto che le concessionarie pubblicitarie vendono già a partire dal mese di ottobre gli spazi dei diversi mezzi per l'anno 1993.

Da qui l'urgenza di un provvedimento che, tra l'altro, dovrebbe dar seguito a quanto, in base a considerazioni di diritto, ad un esame attento dei richiami della Comunità europea, nonché alle esigenze di mercato ed ai diritti dei soggetti in campo, ha indicato il Garante per la radiodiffusione e l'editoria, professor Santaniello.

La situazione drammatica nella quale versa la stampa italiana e la condizione difficile che attraversano le piccole e medie emittenti sono ormai note, come è noto che la soluzione del nodo « pubblicità » è essenziale per garantire un reale pluralismo. Sono questi i motivi che spiegano l'urgenza di questa nostra proposta sulla quale dovrebbero convenire tutte le forze politiche e sociali che hanno a cuore la difesa di un sistema pluralista e articolato.

Le proposte che avanziamo mirano a sostituire definitivamente l'anacronistico ed inefficace tetto quantitativo alla raccolta pubblicitaria della RAI con indici di affollamento orario che sono resi più rigidi per la concessionaria pubblica e per le emittenti private nazionali rispetto a quelli fissati con i commi 6 e 7 dell'articolo 8 della legge n. 223 del 1990: si propone infatti che siano più bassi, mentre si propone di lasciare invariato il limite per le emittenti locali. Questo per

liberare risorse essenziali per la sopravvivenza dell'emittenza locale e per la carta stampata.

Per rendere più efficaci i controlli effettuati dal Garante si propone di semplificare il meccanismo di raccolta della pubblicità: essa va rapportata, infatti, anche per la RAI, unicamente agli indici di affollamento orario e per ciascuna rete e non più sugli affollamenti orari giornalieri.

Non è più consentito « lo sfioramento » del 2 per cento con il relativo recupero nelle fasce orarie precedenti o seguenti.

È evidente che tali proposte obbligheranno il mercato ad un certo adeguamento e ad una sua decongestione, oltre che ad un ritocco delle tariffe con un effetto benefico per l'intero sistema.

L'altra proposta che avanziamo parte proprio dalle persistenti incertezze del sistema e dalla difficoltà che il mercato ha incontrato a favorire la costituzione di una concessionaria che potesse servire l'emittenza minore e locale in concorrenza con i soggetti già presenti sul mercato.

Per questo motivo si propone di prorogare al 31 dicembre 1994 la validità del comma 2 dell'articolo 33, e quindi la possibilità per le grandi concessionarie pubblicitarie nazionali di stipulare contratti per un 3 per cento a favore di circuiti di emittenti locali televisive e radiofoniche.

La norma contenuta nella legge n. 223 del 1990, infatti, si riprometteva di favorire l'affrancamento delle altre emittenti dai due poli principali, FININVEST e RAI.

La sua applicazione rigida, oggi, rischia al contrario di provocare la scomparsa di tutte quelle emittenti che non sono inserite nelle grandi concessionarie pubblicitarie e di ridurre, anziché aumentare, le possibilità di un futuro, più ricco, pluralismo radiotelevisivo.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

1. Il comma 6 dell'articolo 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223, è sostituito dal seguente:

« 6. La trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria pubblica non può eccedere il 10 per cento di ogni ora per ciascuna rete radiofonica o televisiva ».

2. Il comma 7 dell'articolo 8 della citata legge n. 223 del 1990 è sostituito dal seguente:

« 7. La trasmissione di messaggi pubblicitari televisivi da parte dei concessionari privati per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale non può eccedere il 15 per cento di ogni ora per ciascuna rete. Un identico limite è fissato per i concessionari privati autorizzati, ai sensi dell'articolo 21, a trasmettere in contemporanea su almeno 12 bacini di utenza, con riferimento al tempo di programmazione in contemporanea ».

3. Il comma 9 dell'articolo 8 della citata legge n. 223 del 1990 è sostituito dal seguente:

« 9. La trasmissione di messaggi pubblicitari televisivi da parte dei concessionari privati per la radiodiffusione televisiva in ambito locale non può eccedere il 20 per cento di ogni ora di programmazione ».

ART. 2.

1. Il comma 16 dell'articolo 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223 è abrogato.

ART. 3.

1. Il secondo periodo del comma 2 dell'articolo 33 della legge 6 agosto 1990, n. 223, è sostituito dal seguente: « Fino al 31 dicembre 1994 la percentuale di cui al primo periodo del comma 7 dell'articolo 15 è fissata al 3 per cento e gli eventuali ulteriori contratti di cui al medesimo periodo possono riguardare anche emittenti televisive locali o radiofoniche ».

ART. 4.

1. A parziale modifica dal disposto di cui al comma 17 dell'articolo 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223, le disposizioni di cui all'articolo 15 della legge 14 luglio 1975, n. 103, hanno validità fino al 31 dicembre 1994.