

Allegato C

alla delibera n. 421/19/CONS del 17 ottobre 2019

Definizione dei criteri tecnici ed editoriali di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta di cui all'art. 44-*quater*, commi 3 e 4, del Testo unico

1. I fornitori di servizi media audiovisivi a richiesta, indipendentemente dagli eventuali metodi, procedimenti o algoritmi usati dai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta per la personalizzazione dei profili degli utenti, sono tenuti a dare rilievo alle opere europee presenti nei cataloghi offerti rispettando congiuntamente le seguenti modalità, facendo riferimento ai criteri indicati nella Tabella 1:
 - a) predisposizione nei propri cataloghi di una sezione dedicata nella pagina principale di accesso o una specifica categoria per la ricerca delle opere europee;
 - b) riserva di una quota alle opere europee nelle campagne pubblicitarie o di promozione dei servizi forniti.
2. I criteri di messa in rilievo che i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti a dare alle opere europee secondo le modalità di applicazione di cui al presente allegato tecnico sono indicati nella Tabella 1, e sono graduati attribuendo a ciascuno un valore numerico.
3. Per la modalità di cui al punto 1, *lett. a)*, i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti ad adottare i criteri indicati nella Tabella 1, fino al raggiungimento di almeno 10 punti. Per la modalità di cui al punto 1, *lett. b)*, i fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta sono tenuti ad adottare i criteri indicati nella Tabella 1, fino al raggiungimento di almeno 15 punti.

Tabella 1. Criteri di messa in rilievo delle opere europee sui servizi di media audiovisivi a richiesta

Modalità a) predisposizione nei propri cataloghi di una sezione dedicata nella pagina principale di accesso o una specifica categoria per la ricerca delle opere europee		
n.	Criterio	Punteggio
1	Con riguardo al totale delle opere di un catalogo alle quali viene data visibilità, almeno il 30% deve essere costituito da opere europee. Per “visibilità” si intende la messa in evidenza con le stesse modalità utilizzate per le altre opere (es. locandine, titoli, <i>trailer</i> , ecc.). Ove siano utilizzate più modalità di messa in evidenza delle opere, il fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> potrà raggiungere tale soglia percentuale complessivamente utilizzando, a propria scelta, una o più delle modalità impiegate	7
2	Alla stessa stregua, tra le opere cui si dà rilievo nelle sezioni principali in cui è suddiviso il catalogo, garantire la visibilità di almeno il 20% di opere europee, ove queste siano già presenti in catalogo	7



3	Presenza fissa in <i>homepage</i> di una sezione dedicata e/o <i>banner</i> che rimandi a una sezione in cui è possibile trovare tutte le opere europee presenti nel Catalogo	4
4	Previsione di un periodo congruo di entrata e uscita dal catalogo per le opere europee. Per “periodo di permanenza congruo” si intendono almeno 7 giorni, salvo che siano imposte particolari restrizioni temporali dell’utilizzo <i>on demand</i> dal licenziante del singolo fornitore di servizi di media audiovisivi <i>on demand</i> , nel qual caso il fornitore VOD potrà avvalersi di questa opzione comprovando, anche mediante apposita dichiarazione, per quali opere sussiste la limitazione ora detta	3
5	Strumenti di ricerca avanzata (libera e con filtri) per una selezione mirata dei contenuti audiovisivi che garantiscano la possibilità di effettuare una ricerca per nazionalità delle opere presenti nell’intero catalogo.	3
6	Evidenziazione della provenienza europea delle opere nelle informazioni di base o sinossi relative alle opere messe a disposizione (ad es. evidenziazione della parola ITALIA o dell’abbreviazione ITA)	3
Modalità b) riserva di una quota alle opere europee nelle campagne pubblicitarie o di promozione dei servizi forniti.		
n.	Criterio	Punteggio
1	Realizzazione, almeno una volta l’anno, di un’operazione-evento (della durata di circa 1 mese) che preveda, secondo modalità e formule editoriali ritenute più opportune dal fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> , una rassegna unicamente dedicata a e/o composta da opere europee e promossa attraverso i <i>social network</i> . A titolo esemplificativo, ove un fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> realizzi un catalogo che preveda più di una sezione, lo stesso potrà realizzare tale operazione creando una sezione identificabile nello stesso servizio; ove abbia invece una sola sezione, potrà elaborare altre formule di presentazione dell’operazione evento. L’operazione potrebbe essere incentrata su temi o altro criterio editoriale che il fornitore di servizi media audiovisivi <i>on demand</i> potrà liberamente individuare nell’ambito della propria autonomia editoriale	6
2	Promozione multiplatforma (a titolo esemplificativo e non esaustivo: TV, radio, riviste di settore) e nei canali vetrina del fornitore del servizio <i>on demand</i> . Sul totale dei contenuti del servizio <i>on demand</i> promosso durante l’anno con questa modalità, almeno il 20% deve essere costituito da opere europee	5
3	Diffusione, in media una volta al mese, di brevi filmati promozionali e/o trailer collocati nei cataloghi prima della visione di determinati contenuti, volti ad incentivare la visione di opere europee contenute nel catalogo (a titolo esemplificativo e non esaustivo: promo di cofanetti di serie televisive)	5
4	Utilizzo dei <i>social media</i> per promuovere le opere europee, mettendole in evidenza ogni volta che si lancia una campagna promozionale nuova sul	5



	proprio catalogo. Questo criterio sarà applicabile solo nel caso in cui la promozione del catalogo avvenga attraverso i <i>social media</i> .	
5	Suggerimenti proposti agli utenti, sulla base delle loro visualizzazioni passate, di almeno il 20% di opere europee (es. “hai visto questo, potrebbe piacerti anche...”)	5
6	Presenza di opere europee in “operazioni tematiche” che includano sia opere europee che opere non europee secondo modalità e formule lasciate all’autonomia editoriale/creativa dell’editore del servizio	4
7	Promozione delle opere europee nelle comunicazioni inviate agli utenti contenenti informazioni e/o promozioni sui programmi del servizio di <i>media</i> audiovisivo a richiesta. Almeno il 30% del numero totale di opere audiovisive descritte o messe in evidenza in tali comunicazioni deve essere costituita da opere europee	4
8	Rassegna di articoli/recensioni o informazioni, critiche cinematografiche, approfondimenti relativi alle opere europee oppure, in alternativa, per le opere europee in evidenza nel catalogo, individuare un <i>set</i> di informazioni sintetiche basate sulle valutazioni e recensioni uscite sui media (ad esempio, stellette o voti del pubblico e della critica).	3