



Coimisiún
na Meán

Progetto di codice dei servizi di media e norme sui servizi di media

— .. - .. - - - - -



Indice

1. Introduzione	3
2. Ambito di applicazione e giurisdizione	3
3. Finalità, preparazione e applicazione del codice e delle norme	3
4. Principi normativi pertinenti al codice e alle norme	4
5. Criticità	6
6. Rinuncia	6
7. Conformità e applicazione	6
8. Reclami	7
9. Definizioni - Codice dei servizi di media e norme sui servizi di media	7
Disposizioni del codice dei servizi di media	9
10. Contenuto nocivo	9
11. Diritti alle opere cinematografiche	12
12. Comunicazioni commerciali audiovisive	12
13. Sponsorizzazione	13
14. Inserimento di prodotti	14
Disposizioni relative alle norme sui servizi di media	15
15. Accessibilità dei servizi audiovisivi a richiesta	15
Orientamenti	18



1. Introduzione

- 1.1 Ai sensi dell'articolo 46N, paragrafo 1, e dell'articolo 46O, paragrafi 1 e 5, della legge sulla radiodiffusione del 2009, come modificata dalla legge sulla sicurezza online e sulla regolamentazione dei media del 2022 (la **“legge”**) la Coimisiún na Meán (la **“Commissione”**) può emanare codici e norme (**“codici dei servizi media”** e **“norme sui servizi di media”**) che disciplinano gli standard e le pratiche delle emittenti e dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta.
- 1.2 Ai sensi dell'articolo 46N, paragrafo 5, della legge, la Commissione stabilisce codici dei servizi di media che prevedano le questioni di cui agli articoli 5, 6, paragrafo 1, 6 bis, paragrafi da 1 a 3, e agli articoli 7 ter, 8, 9, 10 e 11 della direttiva (UE) 2010/13 (modificata dalla direttiva (UE) 2018/1808) (la **“direttiva sui servizi di media audiovisivi”**) (tranne nella misura in cui le disposizioni sono previste dalle norme sui servizi di media).
- 1.3 Ai sensi dell'articolo 46O, paragrafo 9, della legge, le norme sui servizi di media devono prevedere le questioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, all'articolo 6 bis, paragrafo 1, agli articoli 7, 7 ter, 8, 9, 10, 11, al capo VI e agli articoli 23, paragrafo 2, 24 e 25 della direttiva sui servizi di media audiovisivi (tranne nella misura in cui le disposizioni sono previste dai codici dei servizi di media).
- 1.4 Conformemente ai suoi doveri e obblighi statutari di cui sopra, la Commissione ha elaborato il presente codice del servizio dei media (il **“codice”**) e tali norme sui servizi di media (le **“norme”**).

2. Ambito di applicazione e giurisdizione

- 2.1 Il codice e le norme danno attuazione agli articoli 5, 6, paragrafo 1, 6 bis, paragrafi da 1 a 3, articoli 7, 8, 9, 10 e 11 della direttiva sui servizi di media audiovisivi in Irlanda, nella misura in cui si riferiscono ai servizi di media audiovisivi a richiesta.
- 2.2 Il codice e le norme si applicano di conseguenza ai fornitori di servizi di media che forniscono servizi di media audiovisivi a richiesta.
- 2.3 Il codice e le norme si applicano solo ai fornitori di servizi di media che forniscono servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla giurisdizione dello Stato ai sensi dell'articolo 2 bis della legge.

3. Finalità, preparazione e applicazione del codice e delle norme

Scopo

- 3.1 Lo scopo del codice e delle norme è garantire che i fornitori di servizi di media che



forniscono servizi di media audiovisivi a richiesta soggetti alla giurisdizione dello Stato rispettino i requisiti di cui agli articoli 5 e 6, paragrafo 1, articolo 6 bis, paragrafi da 1 a 3, articoli, 7,8, 9, 10 e 11 della direttiva sui servizi di media audiovisivi.

Preparazione del codice e delle norme

3.2 Ai sensi dell'articolo 46N, paragrafo 6, della legge, nell'elaborare il codice la Commissione ha tenuto conto dei seguenti aspetti: -

- il grado di danno o di reato che può essere causato dall'inclusione di una determinata materia nel materiale del programma;
- la dimensione e composizione probabili del pubblico potenziale per il materiale del programma;
- la probabile aspettativa del pubblico circa la natura del materiale del programma e la misura in cui la natura del materiale del programma può essere portata all'attenzione dei potenziali membri del pubblico;
- la probabilità che persone che non sono a conoscenza della natura del materiale del programma siano esposte involontariamente ad esso con le proprie azioni;
- l'opportunità di garantire che il fornitore di un servizio di radiodiffusione o di un servizio di media audiovisivo a richiesta informi la Commissione di qualsiasi modifica che incida sulla natura del servizio e, in particolare, di qualsiasi modifica pertinente all'applicazione dei codici dei servizi di media;
- l'opportunità di mantenere l'indipendenza del controllo editoriale sui programmi.

3.3 Il codice e le norme sono stati elaborati conformemente alle procedure di cui all'articolo 46Q della legge.

4. Principi normativi pertinenti al codice e alle norme

4.1 Nella sua interpretazione, applicazione ed esecuzione del codice e delle norme, la Commissione, conformemente ai suoi doveri di diritto pubblico, deve agire in modo lecito, razionale ed equo.

4.2 Più nello specifico, la Commissione deve agire in conformità:

- ai suoi obiettivi statutari generali e alle sue funzioni ai sensi della legge;
- agli obiettivi statutari specifici alla base del codice e delle norme.
- ai diritti conferiti dalla Costituzione, dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, dalla Convenzione europea dei diritti dell'uomo nella misura in cui ciò sia



applicabile ai sensi della legge del 2003 sulla Convenzione europea dei diritti dell'uomo e dei trattati dell'UE.

Obiettivi statutari generali e funzioni

- 4.3 L'articolo 7, paragrafo 2, della legge prevede che, nell'esercizio delle sue funzioni, la Commissione si adoperi per garantire il rispetto dei valori democratici sanciti dalla Costituzione, in particolare quelli relativi alla legittima libertà di espressione, e la tutela degli interessi del pubblico, compresi quelli dei minori, con particolare attenzione alla sicurezza dei minori. La Commissione si adopera inoltre per garantire che le sue politiche relative ai servizi di media audiovisivi a richiesta rispondano al meglio alle esigenze della popolazione della Repubblica d'Irlanda per quanto riguarda le persone con disabilità e alle loro esigenze di accessibilità a tali servizi.
- 4.4 Inoltre la Commissione deve adoperarsi per garantire che le sue disposizioni normative (i) affrontino il materiale del programma e altri contenuti dannosi o illegali; (ii) tenere conto dei cambiamenti tecnologici e sociali; e (iii) operare in modo proporzionato, coerente ed equo.
- 4.5 L'articolo 7, paragrafo 3, della legge prevede inoltre che, tra l'altro, la Commissione:
- stimoli la fornitura di programmi di alta qualità, diversificati e innovativi da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta;
 - promuova e incoraggi la sostenibilità ambientale nelle politiche e nelle pratiche dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta;
 - nell'esercizio delle sue funzioni, prenda decisioni basate su dati concreti e promuova decisioni basate su dati concreti da parte di coloro con cui si consulta;
 - incoraggi il rispetto delle disposizioni della legge, e delle disposizioni di qualsiasi codice, norma o altro strumento legale emanato in base ad essa, in qualsiasi modo la Commissione ritenga appropriato, compresa la pubblicazione di orientamenti sulle modalità di osservanza di tali disposizioni.
- 4.6 Ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 4, della legge, nell'esercizio delle sue funzioni la Commissione tiene conto: della sicurezza dei minori e delle politiche pubblicate del ministro per l'infanzia, l'uguaglianza, la disabilità, l'integrazione e la gioventù in materia; la regolamentazione del gioco d'azzardo e le politiche pubblicate del ministro della Giustizia in materia; il cambiamento climatico e la sostenibilità ambientale, e le politiche pubblicate del ministro dell'Ambiente, del clima e delle comunicazioni in materia; e ha pubblicato le politiche del governo in relazione a tali questioni.

Obiettivi statutari specifici

- 4.7 A norma dell'articolo 46N, paragrafo 5, e dell'articolo 46O, paragrafo 9, della legge,



l'obiettivo del codice e delle norme è garantire che i fornitori di servizi di media che forniscono servizi di media audiovisivi a richiesta e sono soggetti alla giurisdizione dello Stato rispettino i requisiti di cui agli articoli 5 e 6, paragrafo 1, 6 bis, paragrafi da 1 a 3, e agli articoli 7, 8, 9, 10 e 11 della direttiva sui servizi di media audiovisivi.

5. Criticità

- 5.1 Qualora una disposizione del codice e delle norme sia ritenuta illegale, nulla, vietata, inapplicabile o inefficace (in generale o in relazione a un particolare fornitore di servizi di media) sotto qualsiasi aspetto, sulla base di qualsiasi legge (compresa la Costituzione e il diritto europeo), tale constatazione non pregiudica la legittimità, la validità, l'applicabilità di qualsiasi altra disposizione del codice e delle norme o di una parte di esse, a meno che la constatazione non sia dichiarata applicabile a tale altra disposizione o parte di essa, o la stessa sia oggetto di una sentenza del tribunale.
- 5.2 Fermo restando quanto precede, tutte le altre disposizioni e/o parti del codice e delle norme restano pienamente efficaci, applicabili ed esecutive. Nella misura necessaria, qualsiasi disposizione o parte del codice e delle norme ritenuta illegittima, nulla, vietata, inapplicabile o inefficace è separata dal codice e dalle norme.

6. Rinuncia

- 6.1 Il fatto che la Commissione non risponda o non commenti una presentazione, una valutazione, una proposta, una relazione, una dichiarazione di compatibilità o qualsiasi altro documento analogo presentato da un fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta, incluso nel registro dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta creato dalla Commissione in conformità alla legge, non sarà considerato un'accettazione o un'approvazione del contenuto di qualsiasi parte dello stesso e non implicherà che il fornitore di servizi di media abbia adempiuto agli obblighi previsti dalla legge e/o dal codice e dalle norme.
- 6.2 Fatto salvo quanto precede, il fatto che la Commissione non risponda o non commenti un documento di questo tipo non creerà una preclusione nei confronti della Commissione, né costituirà una rinuncia da parte di quest'ultima a uno qualsiasi dei suoi poteri o diritti ai sensi della legge e/o del codice e delle norme.

7. Conformità e applicazione

- 7.1 Ai sensi degli articoli 46N, paragrafo 10, e 46O, paragrafo 11, della legge, il mancato rispetto del codice o delle norme da parte di un fornitore di servizi di media audiovisivi costituisce una violazione ai fini della parte 8B della legge.
- 7.2 I fornitori di servizi di media audiovisivi garantiscono di disporre di sistemi e controlli atti a



dimostrare il rispetto degli obblighi contenuti nel presente codice.

- 7.3 A norma dell'articolo 47, paragrafo 3, della legge, i fornitori di servizi di media che forniscono un servizio di media audiovisivo a richiesta sono tenuti a elaborare e attuare un codice di condotta per la gestione dei reclami relativi al mancato rispetto, da parte del fornitore di servizi di media, di un codice di servizio di media o delle norme sui servizi di media.

8. Reclami

- 8.1 Il pubblico può presentare un reclamo se ritiene che i fornitori di servizi di media che forniscono un servizio di media audiovisivo a richiesta non abbiano rispettato il presente codice e le norme. La Coimisiún na Meán consiglia ai reclamanti di presentare il proprio reclamo in prima istanza al fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta, in quanto questo è il modo più rapido per far sì che il reclamo venga preso in considerazione e che venga data una risposta.

Maggiori informazioni sul processo di gestione dei reclami, compreso il processo della Coimisiún na Meán, sono disponibili sul nostro sito web (www.cnam.ie) oppure contattando la Coimisiún na Meán al numero + 353 1 963 7755 o al seguente indirizzo e-mail: usersupport@cnam.ie.

9. Definizioni - Codice dei servizi di media e norme sui servizi di media

Per “**servizi di accesso**” si intendono i sottotitoli, le didascalie, il linguaggio dei segni (compreso il linguaggio dei segni irlandese nel caso di servizi rivolti al pubblico irlandese) e l'audiodescrizione come definiti nel presente codice e nelle norme.

Per “**descrizione audio**” si intende un commento che fornisce agli spettatori non vedenti o ipovedenti una descrizione verbale di ciò che accade sullo schermo in un determinato momento. È fornito come ausilio per la comprensione e la fruizione del programma. La tecnica utilizza una seconda traccia sonora che fornisce una descrizione del contenuto del programma e dell'azione sullo schermo.

Per “**comunicazione commerciale audiovisiva**” si intende una comunicazione commerciale costituita da immagini, sonore o non sonore, destinate a promuovere, direttamente o indirettamente, le merci, i servizi o l'immagine di una persona fisica o giuridica che esercita un'attività economica; tali immagini accompagnano o sono inserite in un programma o in un video generato dall'utente dietro pagamento o altro compenso o a fini di autopromozione.

Per “**servizio di media audiovisivo**” si intende:

- (i) un servizio quale definito agli articoli 56 e 57 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, quando lo scopo principale del servizio o di una sua sezione



distinguibile è la fornitura di programmi, sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media, al fine di informare, intrattenere o istruire, mediante reti di comunicazione elettronica ai sensi dell'articolo 2, lettera a), della direttiva 2002/21/CE; tale servizio di media audiovisivo è una trasmissione televisiva o un servizio di media audiovisivo a richiesta.

(ii) una comunicazione commerciale audiovisiva.

Per “**servizio di media audiovisivo a richiesta (servizio a richiesta)**” si intende un servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione di programmi al momento scelto dall'utente e su sua richiesta sulla base di un catalogo di programmi selezionati dal fornitore di servizi di media.

Per “**didascalia**” si intende testo sullo schermo che rappresenta ciò che viene detto sullo schermo. Tuttavia, pur essendo simile ai sottotitoli, non è altrettanto sofisticata e comporta una rappresentazione più elementare di ciò che viene detto sullo schermo, a volte con un solo colore, testualmente e può avere il testo solo in maiuscolo.

Per “**figlio o figli**” si intende la persona o le persone di età inferiore ai 18 anni.

Per “**responsabilità editoriale**” si intende l'esercizio di un controllo effettivo sia sulla selezione dei programmi che sulla loro organizzazione in un palinsesto cronologico, nel caso delle trasmissioni televisive, o in un catalogo, nel caso dei servizi di media audiovisivi a richiesta. La responsabilità editoriale non implica necessariamente la responsabilità giuridica ai sensi del diritto nazionale per i contenuti dei servizi forniti.

Per “**fornitore di servizi di media**” si intende la persona fisica o giuridica che ha la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo e ne determina le modalità di organizzazione.

Per “**inserimento di prodotti**” si intende ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o al relativo marchio così che appaia all'interno di un programma o di un video generato dall'utente dietro pagamento o altro compenso.

Per “**programma**” si intende un insieme di immagini in movimento con o senza audio che costituisce un singolo elemento, indipendentemente dalla sua durata, all'interno di un palinsesto o di un catalogo stabilito da un fornitore di servizi di media, compresi lungometraggi, videoclip, eventi sportivi, commedie di situazione, documentari, programmi per bambini e fiction originali.

Per “**lingua dei segni, compresa la lingua dei segni irlandese**” si intende il linguaggio naturale indigeno della comunità dei sordi. Si tratta di una lingua visiva e spaziale che trasmette il significato attraverso il movimento delle mani, combinato con espressioni facciali e posture del corpo. La lingua dei segni ha una propria sintassi e una struttura grammaticale complessa. La lingua dei segni deve essere presentata su uno schermo attraverso l'uso di un segnante come parte del contenuto del programma audiovisivo, o attraverso l'uso di un segnante che agisce come interprete e si posiziona sopra le immagini sullo schermo.



Per “**sponsorizzazione**” si intende qualunque contributo, apportato da imprese pubbliche o private o da persone fisiche non operanti nella fornitura di servizi di media audiovisivi o di servizi di piattaforma per la condivisione di video o nella produzione di opere audiovisive, al finanziamento dei servizi di media audiovisivi, dei servizi di piattaforma per la condivisione di video, dei video generati dall'utente o dei programmi con la finalità di promuoverne il nome, il marchio, l'immagine, le attività o i prodotti.

Per “**comunicazioni commerciali audiovisive occulte**” si intendono la rappresentazione in parole o immagini di beni, servizi, nome, marchio o attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in programmi in cui tale rappresentazione è intesa dal fornitore di servizi di media come pubblicità e può indurre in errore il pubblico sulla sua natura. Tale rappresentazione, in particolare, è considerata intenzionale se è effettuata a fronte di un pagamento o di un corrispettivo analogo.

Per “**tecniche subliminali**” si intendono le comunicazioni commerciali comprendenti qualsiasi dispositivo tecnico che, utilizzando immagini di durata molto breve o con qualsiasi altro mezzo, sfrutta la possibilità di trasmettere un messaggio ai membri di un pubblico o di influenzarne in altro modo la mente, senza che questi siano consapevoli o pienamente consapevoli di ciò che è stato fatto.

Per “**sottotitoli**” si intende il testo sullo schermo che rappresenta ciò che viene detto sullo schermo. I sottotitoli possono essere aperti o chiusi. I sottotitoli aperti sono sottotitoli che rimangono sempre sullo schermo. I sottotitoli chiusi possono essere resi visibili o meno a seconda delle esigenze del pubblico, ad esempio utilizzando un telecomando. I sottotitoli sono formattati in modo da facilitare l'interpretazione e la comprensione del testo e collegarlo più accuratamente alle azioni sullo schermo.

Disposizioni del codice dei servizi di media

Le seguenti disposizioni sono adottate ai sensi dell'articolo 46N, paragrafi 1 e 5, della legge.

10. Contenuto nocivo

10.1 Ai sensi dell'articolo 46J, paragrafo 1, lettere c) e d), della legge, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta non possono mettere a disposizione in un catalogo del servizio:

- (a) qualsiasi cosa che possa ragionevolmente essere considerata come un comportamento che rientra nel concetto di istigazione pubblica a commettere un reato terroristico, come stabilito dall'articolo 5 della direttiva (UE) 2017/541;
- (b) qualsiasi elemento che possa ragionevolmente essere considerato atto a incitare alla violenza o all'odio nei confronti di un gruppo di persone, o di un membro di un gruppo, sulla base di uno dei motivi di cui all'articolo 21 della



carta, ¹ ossia sesso, razza, colore della pelle, origine etnica o sociale, caratteristiche genetiche, lingua, religione o convinzioni personali, opinioni politiche o di qualsiasi altra natura, appartenenza a una minoranza nazionale, patrimonio, nascita, disabilità, età o orientamento sessuale. La nazionalità costituisce tale motivo, fatte salve le disposizioni speciali del trattato che istituisce la Comunità europea e del trattato sull'Unione europea.

10.2 Fatto salvo l'articolo 10.1, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta forniscono al pubblico informazioni sufficienti sui contenuti che possono nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori. Il fornitore di servizi di media utilizza un sistema che descrive la natura potenzialmente dannosa dei contenuti del suo servizio di media audiovisivo a richiesta. Le informazioni fornite al pubblico devono essere mostrate all'inizio di un programma.

10.3 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta adottano misure appropriate per garantire che i programmi che contengono contenuti che possono compromettere lo sviluppo fisico, mentale o morale dei bambini, in particolare:

- (a) contenuti di natura pornografica,
- (b) contenuti che consistono in violenza gratuita,

siano resi disponibili solo in modo tale da garantire che i bambini non possano normalmente ascoltarli o vederli.

10.4. Le misure appropriate ai fini dell'articolo 10.3 possono comportare: l'uso da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta di meccanismi di protezione, tra cui: -

- l'uso di avvertenze preventive sul contenuto;
- la fornitura di controlli parentali, comprese modalità soggette a restrizioni e accesso PIN;
- strumenti per la garanzia dell'età.²
- Altre misure tecniche che conseguano un risultato equivalente a quanto precede.

10.5. Le misure appropriate ai fini dell'articolo 10.3 sono proporzionate al danno potenziale del programma per i minori. A tal proposito, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta devono tenere conto del potenziale del materiale di danneggiare i bambini nel

¹ Ciò comprende, tra le altre cose, i membri della comunità di nomadi e delle comunità Rom.

² Una misura di garanzia dell'età basata unicamente sull'autodichiarazione dell'età da parte degli utenti del servizio non è una misura efficace ai fini dell'articolo 10.4.



determinare l'approccio proporzionato da adottare. Tra i fattori da prendere in considerazione figurano: -

- i. il probabile grado di danno potenzialmente causato dal contenuto del programma;
 - ii. la probabilità che i minori accedano al contenuto;
 - iii. la natura del servizio a richiesta e il suo probabile pubblico.
- 10.6. Fatta salva la generalità degli articoli 10.3 e 10.4, i contenuti più nocivi, vale a dire la violenza gratuita e la pornografia, sono soggetti alle misure più rigorose, quali i controlli parentali, gli strumenti di garanzia dell'età o altre misure tecniche che conseguano un risultato equivalente.
- 10.7. I dati personali dei bambini raccolti o altrimenti generati dai fornitori di servizi multimediali ai sensi degli articoli 10.3 o 10.4 non saranno trattati per scopi commerciali, come il marketing diretto, la profilazione e la pubblicità mirata al comportamento.



11. Diritti alle opere cinematografiche

- 11.1 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta non trasmettono opere cinematografiche al di fuori dei periodi concordati con i titolari dei diritti.

12. Comunicazioni audiovisive commerciali

- 12.1 I fornitori di servizi di media a richiesta garantiscono che le comunicazioni commerciali audiovisive da essi fornite siano facilmente riconoscibili come tali.

- 12.2 I fornitori di servizi di media a richiesta non includono nei programmi o a fianco di essi alcuna comunicazione commerciale audiovisiva occulta o comunicazioni commerciali audiovisive che utilizzano tecniche subliminali.

- 12.3 I fornitori di servizi di media a richiesta non forniscono comunicazioni commerciali audiovisive dannose per il grande pubblico, vale a dire: -

- i. comunicazioni commerciali audiovisive che pregiudicano il rispetto della dignità umana;
- ii. comunicazioni commerciali audiovisive che includono o promuovono discriminazioni basate su sesso, razza o origine etnica, nazionalità, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale;
- iii. comunicazioni commerciali audiovisive che incoraggiano comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;
- iv. comunicazioni commerciali audiovisive che incoraggiano comportamenti gravemente pregiudizievoli per la tutela dell'ambiente;
- v. comunicazioni commerciali audiovisive su sigarette e altri prodotti del tabacco, sigarette elettroniche e contenitori di liquidi di ricarica;
- vi. comunicazioni commerciali audiovisive che incoraggiano il consumo spropositato di bevande alcoliche;
- vii. comunicazioni commerciali audiovisive su medicinali e cure mediche disponibili solo dietro prescrizione medica nello Stato.

- 12.4 I fornitori di servizi di media a richiesta non forniscono comunicazioni commerciali audiovisive dannose per i minori, in particolare:

- i. comunicazioni commerciali audiovisive che esortano direttamente i bambini ad acquistare o noleggiare un prodotto o un servizio sfruttando la loro



inesperienza o credulità;

- ii. comunicazioni commerciali audiovisive che incoraggiano direttamente i minori a convincere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati;
- iii. comunicazioni commerciali audiovisive che sfruttano la particolare fiducia che i minori ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone;
- iv. comunicazioni commerciali audiovisive che mostrano in modo irragionevole bambini in situazioni pericolose;
- v. comunicazioni commerciali audiovisive di bevande alcoliche destinate specificamente ai bambini.

12.5 I fornitori di servizi di media a richiesta garantiscono che le comunicazioni commerciali audiovisive di bevande alcoliche da essi fornite, ad eccezione della sponsorizzazione e dell'inserimento di prodotti, soddisfino i seguenti requisiti:

- i. le comunicazioni commerciali audiovisive non sono destinate specificamente ai minori o, in particolare, raffigurano minori che consumano tali bevande;
- ii. le comunicazioni commerciali audiovisive non associano il consumo di alcol al miglioramento delle prestazioni fisiche o alla guida;
- iii. le comunicazioni commerciali audiovisive non danno l'impressione che il consumo di alcol contribuisca al successo sociale o sessuale;
- iv. le comunicazioni commerciali audiovisive non affermano che l'alcol ha qualità terapeutiche o che è uno stimolo, un sedativo o un mezzo per risolvere i conflitti personali;
- v. le comunicazioni commerciali audiovisive non incoraggiano il consumo smodato di alcolici e non presentano l'astinenza o la moderazione in una luce negativa;
- vi. le comunicazioni commerciali audiovisive non pongono l'accento sull'elevato contenuto alcolico in quanto qualità positiva delle bevande.

13. Sponsorizzazione

13.1 I fornitori di servizi di media di servizi o programmi a richiesta sponsorizzati rispettano i seguenti requisiti: -

- i. il contenuto dei servizi o programmi a richiesta che forniscono non è in alcun caso influenzato in modo tale da incidere sulla responsabilità e sull'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;



- ii. i servizi a richiesta o i programmi da essi forniti non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo speciali riferimenti promozionali a tali beni o servizi;
 - iii. il pubblico è chiaramente informato dell'esistenza di un accordo di sponsorizzazione;
 - iv. i programmi sponsorizzati sono chiaramente identificati come tali attraverso l'indicazione del nome, del logo e/o di qualsiasi altro simbolo dello sponsor, ad esempio un riferimento ai suoi prodotti o servizi o un segno distintivo, in maniera appropriata al programma, all'inizio, durante e/o alla fine dello stesso.
- 13.2 I fornitori di servizi di media a richiesta non consentono che i servizi o i programmi a richiesta da essi forniti siano sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette e altri prodotti del tabacco, nonché di sigarette elettroniche e di contenitori di liquido di ricarica.
- 13.3 I fornitori di servizi di media a richiesta non autorizzano servizi o programmi a richiesta che forniscono per promuovere medicinali specifici o cure mediche disponibili solo su prescrizione nello Stato.
- 13.4 Fatto salvo l'articolo 13.3, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta possono consentire che i servizi o i programmi a richiesta da essi forniti siano promossi con il nome o l'immagine di imprese le cui attività comprendono la produzione o la vendita di medicinali e trattamenti medici.
- 13.5 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta non consentono che i programmi di notizie e di attualità da essi forniti siano sponsorizzati.
- 13.6 I fornitori di servizi di media a richiesta non consentono di mostrare un logo di sponsorizzazione durante i programmi per bambini, i documentari o i programmi religiosi che forniscono.

14. Inserimento di prodotti

- 14.1 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta consentono l'inserimento di prodotti nei servizi a richiesta che forniscono, a eccezione di notiziari e di programmi di attualità, programmi per consumatori, programmi religiosi e programmi per bambini.
- 14.2 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta garantiscono che i programmi contenenti inserimento di prodotti siano conformi ai seguenti requisiti: -
- i. il contenuto e l'organizzazione di tali programmi all'interno di un catalogo non sono in alcun caso influenzati in modo tale da incidere sulla responsabilità e sull'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media;
 - ii. essi non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo speciali riferimenti promozionali a tali beni o servizi;



- iii. essi non danno indebitamente rilievo al prodotto in questione;

 - iv. il pubblico è chiaramente informato dell'esistenza dell'inserimento di prodotti mediante un'adeguata identificazione all'inizio e alla fine del programma e quando un programma riprende dopo un'interruzione pubblicitaria, al fine di evitare qualsiasi confusione da parte del telespettatore.
- 14.3 Fatti salvi gli articoli 14.1 e 14.2, i programmi non contengono l'inserimento di prodotti quali: -
- i. sigarette e altri prodotti del tabacco, sigarette elettroniche e contenitori di liquido di ricarica, o l'inserimento di prodotti provenienti da imprese la cui attività principale consiste nella fabbricazione o nella vendita di tali prodotti;
 - ii. medicinali specifici o cure mediche disponibili solo su prescrizione medica nello Stato.
- 14.4 Gli articoli 14.1, 14.2 e 14.3 si applicano solo ai programmi prodotti dopo il 19 dicembre 2009.

Disposizioni relative alle norme sui servizi di media

Le seguenti disposizioni sono adottate ai sensi dell'articolo 46O, paragrafi 1, 5, 6, 7 e 9 della legge.

15. Accessibilità dei servizi audiovisivi a richiesta

- 15.1 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta adottano misure proporzionate per garantire che i programmi messi a disposizione sui loro servizi a richiesta siano resi costantemente e progressivamente più accessibili alle persone con disabilità attraverso la fornitura di servizi di accesso quali definiti nel presente codice e norme.

Piano d'azione in materia di accessibilità

- 15.2 I fornitori di servizi di media di servizi a richiesta elaborano un piano d'azione in materia di accessibilità, da concordare con la Commissione, in relazione all'obbligo di cui all'articolo 15.1.
- 15.3 I fornitori di servizi di media a richiesta mettono a disposizione della Commissione il loro primo piano d'azione in materia di accessibilità entro sei mesi dalla data di pubblicazione del presente codice e norme e successivamente con cadenza annuale.



- 15.4 Nell'elaborare il loro primo e successivo piano d'azione in materia di accessibilità, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta dimostrano di aver tenuto debitamente conto dei fattori di influenza di cui all'articolo 15.6.
- 15.5 Il piano d'azione in materia di accessibilità da elaborare e concordare con la Coimisiún na Meán in relazione all'obbligo di cui all'articolo 15.1 riguarda i seguenti aspetti: -
- i. la percentuale di servizi di accesso che il fornitore di servizi di media propone di mettere a disposizione ogni anno sui servizi a richiesta che fornisce;
 - ii. le misure da adottare per conformarsi alle norme di qualità elaborate dalla Commissione a seguito dell'articolo 15.7;
 - iii. le proposte relative alla fornitura di informazioni di emergenza a norma dell'articolo 15.8;
 - iv. le modalità in cui il fornitore di servizi di media promuoverà i servizi di accesso resi disponibili sui servizi a richiesta che fornisce;
 - v. le proposte di consultazione con gli utenti dei servizi di accesso sulla fornitura da parte del fornitore di servizi di media di servizi di accesso sui servizi di media a richiesta che fornisce;
 - vi. le proposte volte a garantire l'esistenza di un meccanismo accessibile per il trattamento dei reclami e delle domande del pubblico in relazione alla fornitura di servizi di accesso.

Fattori di influenza

- 15.6 Nel determinare le misure proporzionate da adottare in seguito all'articolo 15.1 e specificate nel loro piano d'azione annuale in materia di accessibilità, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta dimostrano di aver tenuto debitamente conto dei seguenti fattori di influenza.³ In particolare: -
- i. la natura del fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta e dei servizi forniti;
 - ii. la fase di sviluppo del fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta e la sua capacità di fornire programmi accessibili;
 - iii. il livello dell'attuale fornitura di servizi di accesso messi a disposizione dal fornitore di servizi di media sui servizi a richiesta che ha fornito;
 - iv. il tipo di programmi forniti nel catalogo dei servizi a richiesta forniti dal fornitore

³ gli orientamenti non vincolanti in merito a tali fattori di influenza, sviluppati dalla Commissione e consultabili all'indirizzo <https://cnam.ie>;



- di servizi di media;
- v. il costo delle risorse tecniche e umane per il fornitore di servizi di media per la fornitura di servizi di accesso;
 - vi. la capacità tecnica del fornitore di servizi di media di fornire servizi di accesso ai servizi a richiesta che fornisce.

Norme di qualità

- 15.7 I fornitori di servizi di media a richiesta dovranno aderire alle norme di qualità, nella misura in cui sia possibile farlo, per la fornitura di servizi di accesso applicate dalla Coimisiún na Meán e sviluppate in seguito a consultazioni con il pubblico e i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta.

Informazioni di emergenza

- 15.8 Qualora un servizio a richiesta trasmetta informazioni di emergenza, comprese comunicazioni pubbliche e annunci in situazioni di calamità naturali, il fornitore di tale servizio garantisce che tali informazioni siano fornite in modo accessibile alle persone con disabilità.

Comunicazione

- 15.9 Al fine di consentire alla Commissione di adempiere all'obbligo di comunicazione di cui all'articolo 7, paragrafo 2, della direttiva sui servizi di media audiovisivi, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta forniscono alla Commissione, in una modalità successivamente determinata, una relazione sull'attuazione del primo piano d'azione annuale in materia di accessibilità e dei successivi piani d'azione annuali in materia di accessibilità concordati con la Commissione.



Orientamenti

Fattori di influenza

L'articolo 15 del “Codice dei servizi di media e norme sui servizi di media - fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta” della Coimisiún na Meán afferma che, nel determinare le misure proporzionate da adottare per garantire che i programmi messi a disposizione sui loro servizi a richiesta siano resi costantemente e progressivamente più accessibili alle persone con disabilità, i fornitori di servizi di media di servizi a richiesta, nello sviluppo del loro primo e successivo piano d'azione in termini di accessibilità, dimostrano di aver tenuto debitamente conto dei fattori di influenza di cui all'articolo 15.6 delle norme. Il presente documento fornisce ulteriori orientamenti al riguardo.

i. Natura del fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta e dei servizi forniti.

Orientamenti: Il servizio o i servizi hanno carattere di servizio pubblico o privato? Il servizio riceve fondi pubblici e di conseguenza può avere maggiori obblighi di servizio pubblico? Il servizio ha obiettivi specifici, culturali, sociali o linguistici che potrebbero avere un impatto sulla sua capacità di fornire servizi accessibili?

ii. Fase di sviluppo del fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta e la sua capacità di fornire programmi accessibili.

Orientamenti: Per quanto tempo il servizio o i servizi sono stati operativi? Quanto esperienza ha il fornitore di servizi di media nel fornire servizi di accesso? Esiste già un livello di competenza all'interno o a disposizione del fornitore di servizi media nella fornitura di servizi di accesso? Qual è la loro quota di mercato?

iii. Livello dell'attuale fornitura di servizi di accesso.

Orientamenti: Qual è il loro punto di partenza? Qual è la quantità di sottotitoli, didascalie, linguaggio dei segni o audiodescrizione attualmente disponibile nei servizi a richiesta da loro forniti?

iv. Tipo di programmi forniti nel catalogo del servizio o dei servizi di media audiovisivi a richiesta.

Orientamenti: Il servizio o i servizi acquistano molti contenuti da terzi? Quanta programmazione di produzione propria offre il servizio? La programmazione è prodotta in modo indipendente? Tali domande sono pertinenti, in quanto il tipo di programmazione nel catalogo influisce sui costi, sulle attrezzature tecniche, sul personale e sulla capacità di fornire servizi di accesso.

v. Costo delle risorse tecniche e umane per il fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta di servizi di accesso.



Orientamenti: Qual è la capacità finanziaria del fornitore di servizi di media e i probabili impatti finanziari della fornitura di servizi di accesso?

vi. Capacità tecnica del fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta.

Orientamenti: Quali strutture e competenze esistono attualmente nell'ambito del servizio per fornire i servizi di accesso? Il servizio dispone della capacità tecnica per fornire servizi di accesso? Quale livello e tipo di strutture tecniche e competenze sarebbero necessari?

