

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 421

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**CAPARINI, GIANLUCA PINI, GIOVANNI FAVA, MOLteni,
FEDRIGA, MATTEO BRAGANTINI, GRIMOLDI, ALLASIA, BOR-
GHESI, BUSIN, CAON, MARCOLIN, PRATAVIERA, RONDINI**

Modifica all'articolo 41 del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, in materia di pubblicità di amministrazioni ed enti pubblici nelle emittenti televisive e radiofoniche private locali

Presentata il 21 marzo 2013

ONOREVOLI COLLEGHI! — Le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici acquistano sui mezzi di comunicazione di massa spazi pubblicitari ai fini della comunicazione istituzionale. La pubblicità si svolge con un insieme organico e programmato di messaggi pubblicitari, diffusi in modo coordinato, opportunamente scelti per raggiungere un obiettivo prestabilito inerente l'attività istituzionale dell'amministrazione o dell'ente pubblico. Il tutto è disciplinato dall'arti-

colo 41, rubricato « Destinazione della pubblicità di amministrazioni ed enti pubblici », del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo n. 177 del 2005, il quale prevede che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinino somme per l'acquisto di spazi pubblicitari per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e

per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici. Attualmente c'è una sperequazione enorme e ingiustificata in termini di investimento pubblicitario degli enti pubblici nelle emittenti televisive e radiofoniche locali e nei giornali. È, quindi, necessario riequilibrare tale sperequazione, in maniera proporzionale ai contatti giornalieri che i mezzi — emittenti televisive e radiofoniche locali e giornali — assicurano.

Ammonta a 330 milioni di euro la stima dei ricavi pubblicitari complessivi per le emittenti televisive locali (di cui 100 milioni di euro provenienti dalle televidite). La quota di pubblicità nazionale sulle emittenti televisive locali non supera invece i 40 milioni di euro. È del 6 per cento la quota di mercato pubblicitario occupato dalle emittenti televisive locali rispetto al totale del mercato televisivo, a fronte del 94 per cento che è appannaggio delle pubblicità sulle reti televisive Mediaset, RAI — Radio televisione italiana Spa e altre reti nazionali.

Dal futuro delle emittenti televisive locali dipende il futuro delle piccole e medie imprese (PMI), che rappresentano il 70,8 per cento del prodotto interno lordo (PIL) nazionale e oltre 9 milioni di posti di lavoro. Inoltre, le emittenti televisive locali assicurano direttamente posti di lavoro,

oltre ad altrettanti posti di lavoro indotto. Oggi, con i pesanti tagli ai contributi, la crisi economica e gli investimenti necessari per la tecnica digitale, le emittenti televisive locali rischiano di chiudere. Ciò comporterebbe gravissime conseguenze in termini di pluralismo ma, soprattutto, in termini di sviluppo economico e occupazionale. È pertanto necessario prevedere misure di sostegno per l'emittenza televisiva locale. Con maggiori fondi a disposizione, le emittenti televisive locali potrebbero investire di più in termini di produzione e di acquisto di programmi, che porterebbero ad ascolti maggiori; in tal modo, molti più cittadini vedrebbero la pubblicità dei prodotti locali, di cui aumenterebbero i consumi. Aumentando i consumi dei prodotti locali, crescerebbero le PMI, il PIL complessivo del Paese e i livelli occupazionali.

Con la presente proposta di legge si vogliono riequilibrare le percentuali di pubblicità delle amministrazioni e degli enti pubblici da destinare ai diversi mezzi di comunicazione, mediante una modifica al citato articolo 41 del testo unico, elevando ad almeno il 35 per cento la percentuale a favore delle emittenti televisive e radiofoniche locali e diminuendo ad almeno il 30 per cento la percentuale a favore dei giornali.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

1. Al comma 1 dell'articolo 41 del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, le parole: « 15 per cento » sono sostituite dalle seguenti: « 35 per cento » e le parole: « 50 per cento » sono sostituite dalle seguenti: « 30 per cento ».

€ 1,00



17PDL0002790