Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

FF 2020
www.dirittofederale.admin.ch
La versione elettronica firmata
è quella determinante

# Legge federale su un pacchetto di misure a favore dei media

*Disegno*

*L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,*
visto il messaggio del Consiglio federale del 29 aprile 2020[1],
*decreta:*

I

Gli atti normativi qui appresso sono modificati come segue:

## 1. Legge del 17 dicembre 2010[2] sulle poste

*Art. 16 cpv. 4 lett. a, 5, 6 e 7, frase introduttiva e lett. a*

4 Sono concesse riduzioni per la distribuzione di:

a. quotidiani e settimanali in abbonamento;

5 Il Consiglio federale può prevedere criteri per concedere la riduzione; questi possono essere in particolare la zona di diffusione, la frequenza di pubblicazione, la parte redazionale, o il divieto di promuovere in modo preponderante prodotti e servizi.

6 Le riduzioni necessitano dell'approvazione del Consiglio federale.

7 La Confederazione accorda annualmente per le riduzioni i seguenti contributi:

a. 50 milioni di franchi per i quotidiani e i settimanali in abbonamento;

1 FF **2020** 4049
2 RS **783.0**

## 2. Legge federale del 24 marzo 2006[3] sulla radiotelevisione

*Art. 1, rubrica, cpv. 1 e 1bis*

Oggetto e campo d'applicazione

[1] La presente legge disciplina:

a. l'emittenza, la preparazione tecnica, la trasmissione e la ricezione di programmi radiotelevisivi (programmi);

b. le misure di promozione a favore di tutti i media elettronici.

[1bis] Per quanto la presente legge non disponga altrimenti, la trasmissione di programmi mediante tecniche di telecomunicazione è retta dalla legge del 30 aprile 1997[4] sulle telecomunicazioni (LTC).

*Art. 44 cpv. 3*

*Abrogato*

*Art. 68a cpv. 1 lett. h*

[1] Il Consiglio federale stabilisce l'importo del canone per le economie domestiche di tipo privato, le collettività e le imprese. Tale importo è determinato in funzione del fabbisogno per:

h. le misure di promozione a favore di tutti i media elettronici (art. 76–76*d*).

*Art. 70 cpv. 2, 2bis e 4, secondo periodo*

[2] È considerato impresa chiunque sia iscritto nel registro dei contribuenti IVA dell'AFC e abbia sede, domicilio o stabilimento d'impresa in Svizzera.

[2bis] Imprese e servizi autonomi di collettività pubbliche possono riunirsi per il versamento del canone per le imprese, purché soddisfino le condizioni di cui all'articolo 12 capoversi 1 e 2 o all'articolo 13 LIVA.

[4] ... Può prevedere che il canone sia restituito su richiesta alle imprese con una cifra d'affari annua inferiore a un milione di franchi e che hanno registrato un profitto esiguo o una perdita.

3 RS **784.40**
4 RS **784.10**

*Titolo prima dell'art. 76*

## Capitolo 3: Misure di promozione a favore di tutti i media elettronici

*Art. 76* Formazione e formazione continua

L'UFCOM può sostenere finanziariamente su richiesta istituti indipendenti che propongono in modo continuativo offerte di formazione e formazione continua per chi opera nelle redazioni dei media elettronici, segnatamente formazioni di base e formazioni continue nel settore del giornalismo d'informazione.

*Inserire gli art. 76a–76d prima del titolo del capitolo 4*

*Art. 76a* Autoregolamentazione del settore

L'UFCOM può sostenere finanziariamente su richiesta organizzazioni riconosciute nel settore che sviluppano regole per la prassi giornalistica e vigilano sul loro rispetto.

*Art. 76b* Prestazioni di agenzie

L'UFCOM può sostenere finanziariamente su richiesta agenzie di stampa d'importanza nazionale che forniscono ai media elettronici un'offerta informativa completa.

*Art. 76c* Infrastrutture digitali

1 L'UFCOM può sostenere finanziariamente lo sviluppo e, per un periodo limitato, l'esercizio di infrastrutture digitali innovative nel settore dei media elettronici.

2 I contributi di promozione sono versati su richiesta agli esercenti di infrastrutture digitali, sempre che l'infrastruttura adempia le seguenti condizioni:

a. consente o ottimizza l'acquisto, la produzione o la diffusione di offerte editoriali o ne facilita la reperibilità;

b. contribuisce alla pluralità editoriale.

3 Se i mezzi disponibili non sono sufficienti per approvare tutte le richieste, la priorità è data alle infrastrutture che sono a disposizione di tutti i media elettronici, e di chi vi opera, a condizioni adeguate e non discriminatorie.

*Art. 76d* Disposizioni comuni

1 I contributi di promozione di cui agli articoli 76–76*c* sono calcolati in base ai costi computabili delle attività oggetto delle misure promozione. Il Consiglio federale stabilisce la quota massima dei costi computabili che può essere coperta dai contributi di promozione. Tale quota corrisponde al massimo all'80 per cento.

2 Il Consiglio federale disciplina la computabilità dei costi e i giustificativi da fornire in modo che siano considerate solo le prestazioni a favore dei media elettronici.

3 Specifica le condizioni per il versamento dei contributi.

4 I contributi per promuovere i media elettronici sono finanziati mediante i proventi del canone radiotelevisivo (art. 68*a* LRTV). La quota ammonta al massimo al 2 per cento dei proventi complessivi del canone.

II

La legge federale sulla promozione dei media online è adottata nella versione qui allegata.

III

1 La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

2 Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

3 La durata di validità della legge in allegato è di dieci anni.

*Allegato*
(cifra II)

# Legge federale sulla promozione dei media online

## (LPMO)

del …

*L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,*
visto l'articolo 93 capoverso 1 della Costituzione federale[5];
visto il messaggio del Consiglio federale del 29 aprile 2020[6],
*decreta:*

**Art. 1** Diritto al contributo

1 L'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM) versa, nei limiti dei mezzi a disposizione, contributi a sostegno delle offerte mediatiche disponibili elettronicamente su domanda (offerte mediatiche online).

2 Versa su richiesta i contributi a organizzazioni e a operatori dei media la cui offerta mediatica online soddisfa le seguenti condizioni:

a. una determinata cifra d'affari minima netta è realizzata grazie a controprestazioni volontarie o obbligatorie per la fruizione dell'offerta; il Consiglio federale stabilisce la cifra d'affari minima netta per ciascuna regione linguistica;

b. l'offerta si rivolge prevalentemente a un pubblico svizzero;

c. la parte redazionale dell'offerta è aggiornata costantemente;

d. la parte redazionale dell'offerta è chiaramente separata dalla pubblicità;

e. la parte redazionale dell'offerta presenta principalmente informazioni sulla realtà politica, economica e sociale;

f. l'offerta è composta principalmente di contenuti che non sono già sostenuti con una quota di partecipazione al canone secondo la legge federale del 24 marzo 2006[7] sulla radiotelevisione; i contenuti già sostenuti con una quota di partecipazione al canone devono inoltre essere liberamente disponibili;

5 RS **101**
6 FF **2020** 4049
7 RS **784.40**

g. l'organizzazione o l'operatore dei media responsabile dell'offerta dichiara di lavorare rispettando le regole riconosciute nel settore per la prassi giornalistica;

h. l'impressum dell'offerta è facilmente reperibile;

i. l'offerta è promossa da un ente privato;

j. una parte adeguata dell'offerta è adattata alle esigenze delle persone con disabilità sensoriali;

k. l'organizzazione o l'operatore dei media provvede affinché l'offerta non metta in pericolo lo sviluppo fisico, psichico, morale o sociale dei minorenni.

3 Il Consiglio federale specifica almeno le condizioni di cui al capoverso 1 lettere c, e, h, j e k.

4 Disciplina i requisiti per le richieste. Stabilisce segnatamente le informazioni da fornire e i giustificativi da presentare. Può prevedere che le richieste siano presentate in forma elettronica.

**Art. 2** Calcolo

1 Il contributo è calcolato in base alla cifra d'affari netta realizzata con controprestazioni volontarie o obbligatorie per la fruizione dell'offerta mediatica online.

2 Il Consiglio federale stabilisce l'importo del contributo in funzione della cifra d'affari computabile; la quota ammonta al massimo all'80 per cento. Nello stabilire l'importo, il Consiglio federale considera la grandezza e la struttura del mercato nella rispettiva regione linguistica.

3 Prevede che più la cifra d'affari è elevata, più la quota è bassa.

4 Disciplina la computabilità della cifra d'affari in modo che siano considerate soltanto le entrate derivanti dall'offerta mediatica online.

5 Se i mezzi a disposizione non sono sufficienti per approvare tutte le richieste che soddisfano le condizioni di cui all'articolo 1 capoverso 2, tutti i contributi dell'anno interessato sono ridotti nella stessa proporzione.

**Art. 3** Offerte mediatiche molteplici di un medesimo promotore

1 I promotori di offerte mediatiche molteplici rivolte alla medesima regione linguistica presentano per i contributi di promozione un'unica richiesta.

2 Le cifre d'affari sono sommate.

**Art. 4** Finanziamento

I contributi di promozione sono finanziati con un importo annuo di 30 milioni di franchi proveniente dalle risorse generali della Confederazione.

**Art. 5** Valutazione

1 Il Consiglio federale verifica l'economicità e l'efficacia della presente legge in relazione alla pluralità delle offerte mediatiche online pagate.

2 Svolge la verifica cinque anni dopo l'entrata in vigore della presente legge.

3 Presenta all'Assemblea federale un rapporto contenente proposte per il seguito.