

## Legge federale sui media elettronici (LME)

del ...

---

*L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,*

visti gli articoli 71, 92 capoverso 1 e 93 capoverso 1 della Costituzione federale (Cost)<sup>1</sup>;

visto il messaggio del Consiglio federale del xx<sup>2</sup>,

*decreta:*

### Titolo primo: Disposizioni generali

#### Art. 1 Scopo

<sup>1</sup> La presente legge ha lo scopo di contribuire alla pluralità dei media svizzeri e promuovere la qualità dei media elettronici contribuendo così allo sviluppo democratico, sociale e culturale della Svizzera.

<sup>2</sup> Sono considerate come media elettronici le offerte mediatiche trasmesse mediante tecniche di telecomunicazione e destinate al pubblico in generale.

#### Art. 2 Campo d'applicazione

<sup>1</sup> La presente legge disciplina le offerte mediatiche della Società svizzera di radiotelevisione (SSR), le offerte mediatiche che sono oggetto di un accordo sulle prestazioni e i programmi televisivi svizzeri.

<sup>2</sup> Sono considerati programmi televisivi svizzeri ai sensi del capoverso 1 i programmi televisivi che in base al diritto internazionale vigente sono soggetti alla giurisdizione svizzera.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale esclude dalla presente legge i programmi televisivi con una portata informativa limitata.

#### Art. 3 Rapporto con la legge sulle telecomunicazioni

<sup>2</sup> Per quanto la presente legge non disponga altrimenti, la trasmissione di programmi mediante tecniche di telecomunicazione è retta dalla legge del 30 aprile 1997<sup>3</sup> sulle telecomunicazioni (LTC).

#### Art. 4 Definizioni

Nella presente legge si intende per:

- a. *contributo mediatico*: parte redazionale, a sé stante dal profilo formale e contenutistico, di un'offerta mediatica;
- b. *offerta mediatica*: contributi mediatici e/o pubblicità elaborati da un fornitore di media in base a criteri redazionali;
- c. *offerta mediatica lineare*: offerta mediatica la cui diffusione è prevista a una determinata ora;
- d. *offerta mediatica non lineare*: offerta mediatica la cui diffusione non è prevista a una determinata ora;
- e. *programma televisivo*: offerta mediatica audiovisiva lineare;
- f. *programma radiofonico*: un'offerta mediatica audio lineare;
- g. *fornitore di media*: organizzazione che determina la selezione, il contenuto e la concezione dell'offerta mediatica;
- h. *pubblicità*: qualsiasi annuncio effettuato in un'offerta mediatica allo scopo di promuovere la conclusione di negozi giuridici riguardanti beni o servizi, sostenere una causa o un'idea o ottenere un altro effetto auspicato dall'inserzionista o dal fornitore di media stesso e diffuso a pagamento o mediante un'altra controprestazione o a scopo di autopromozione;
- i. *sponsorizzazione*: partecipazione di una persona fisica o giuridica al finanziamento diretto o indiretto di un contributo mediatico, nell'intento di promuovere il proprio nome, il proprio marchio commerciale o la propria immagine;
- j. *televendita*: pubblicità che sollecita il pubblico a concludere immediatamente un negozio giuridico riguardante i beni o i servizi presentati;
- k. *diffusione*: la parte della trasmissione mediante tecniche di telecomunicazione secondo l'articolo 3 lettera c LTC<sup>4</sup>, destinata al pubblico in generale.

<sup>1</sup> RS 101

<sup>2</sup> FF 20xx xxxx

<sup>3</sup> RS 784.10

<sup>4</sup> RS 784.10

## **Titolo secondo: Principi**

### **Art. 5** Indipendenza dallo Stato e autonomia

<sup>1</sup> L'indipendenza dei media elettronici dallo Stato è garantita.

<sup>2</sup> Salvo disposizioni contrarie del diritto federale, i fornitori di media non sono vincolati da istruzioni di autorità federali, cantonali o comunali.

<sup>3</sup> I fornitori di media sono liberi nella concezione dei loro contributi mediatici e della pubblicità, in particolare nella scelta dei temi, nell'elaborazione dei contenuti e nella presentazione. Se ne assumono la responsabilità.

### **Art. 6** Obbligo di impressum

<sup>1</sup> I fornitori di media rendono facilmente, direttamente e costantemente accessibili le loro informazioni di contatto.

<sup>2</sup> Indicano in particolare:

- a. l'indirizzo, altre informazioni che consentono un contatto rapido, diretto ed efficace;
- b. la designazione delle autorità di vigilanza competenti.

### **Art. 7** Esigenze minime relative alle offerte mediatiche

<sup>1</sup> Nella creazione delle loro offerte, inclusa la pubblicità, i fornitori di media devono rispettare i diritti fondamentali. Devono in particolare garantire il rispetto della dignità umana.

<sup>2</sup> I contributi mediatici discriminatori, che incitano all'odio contro determinati gruppi o persone che vi appartengono, ledono la morale pubblica o esaltano o banalizzano la violenza sono vietati.

<sup>3</sup> Nei loro contributi mediatici con un contenuto informativo i fornitori di media devono presentare correttamente fatti e avvenimenti, in modo da consentire al pubblico di formarsi una propria opinione. I pareri personali e i commenti devono essere riconoscibili come tali.

<sup>4</sup> I contributi mediatici e la pubblicità non devono compromettere la sicurezza interna o esterna della Confederazione o dei Cantoni, l'ordine costituzionale o l'adempimento degli impegni internazionali della Svizzera.

### **Art. 8** Protezione della gioventù

<sup>1</sup> I contributi mediatici e la pubblicità non devono nuocere allo sviluppo fisico, psichico, morale o sociale dei minorenni.

<sup>2</sup> I fornitori di media devono adottare provvedimenti adeguati affinché i contributi mediatici e le pubblicità che rischiano di nuocere allo sviluppo dei minorenni non possano essere ascoltati o visionati da minorenni, in particolare attraverso:

- a. l'orario di programmazione o la forma di messa a disposizione;
- b. un segnale visivo o acustico;
- c. sistemi per il controllo dell'età, sistemi di filtraggio o di codifica;
- d. la messa a disposizione di sistemi di controllo per le persone che si occupano dell'educazione;
- e. la messa a disposizione di sistemi di notificazione e di valutazione.

<sup>3</sup> Essi adottano a tale scopo sistemi di classificazione dell'età riconosciuti in Svizzera.

### **Art. 9** Adattamento per le persone affette da una disabilità sensoriale

<sup>1</sup> I fornitori di programmi televisivi senza concessione o accordo sulle prestazioni e che offrono un programma a livello nazionale o di regione linguistica sono tenuti a rendere accessibile alle persone affette da una disabilità sensoriale una parte adeguata dei loro contributi mediatici.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale disciplina la portata dell'obbligo di cui al capoverso 1. Esamina in particolare se l'offerta mediatica si presta per un adattamento di questo tipo e se la capacità economica del fornitore di media lo consente.

<sup>3</sup> Per la SSR e i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni si applicano disposizioni particolari (art. 20 cpv. 2 e art. 23 cpv. 3).

### **Art. 10** Diritto alla sintesi di avvenimenti pubblici

<sup>1</sup> Se la cronaca di un avvenimento pubblico in Svizzera è limitata da contratti d'esclusiva, ogni fornitore di media ha diritto a una sintesi d'attualità dell'avvenimento in una forma mediatica confacente.

<sup>2</sup> Gli organizzatori di avvenimenti pubblici e i fornitori di media che dispongono di diritti di prima diffusione o di diritti di esclusiva sono tenuti a:

- a. garantire l'accesso all'avvenimento, qualora le condizioni tecniche e lo spazio disponibile lo consentano; e
- b. fornire il segnale di trasmissione per le parti auspiccate dell'avvenimento a condizioni adeguate.

<sup>3</sup> La Commissione per i media elettronici (COMME) può ordinare agli organizzatori di avvenimenti pubblici e ai fornitori di media che dispongono di diritti di prima diffusione o di diritti di esclusiva, di adottare provvedimenti appropriati per garantire il diritto alla sintesi, rinviando all'articolo 100.

**Art. 11** Libero accesso ad avvenimenti di grande importanza sociale

<sup>1</sup> I fornitori di media sono tenuti a garantire il libero accesso alla cronaca di avvenimenti di grande importanza sociale alla maggior parte del pubblico.

<sup>2</sup> Il Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni (DATEC) tiene una lista degli avvenimenti nazionali e internazionali di grande importanza sociale e l'aggiorna periodicamente.

<sup>3</sup> Le liste compilate dagli Stati membri della Convenzione europea del 5 maggio 1989<sup>5</sup> sulla televisione transfrontaliera sono vincolanti per le emittenti di programmi televisivi svizzeri per quanto concerne il libero accesso nello Stato interessato.

**Art. 12** Obblighi in materia di sostegno

<sup>1</sup> Il Consiglio federale può obbligare i fornitori di programmi televisivi senza mandato di prestazioni che offrono un programma nazionale o destinato alle regioni linguistiche a:

- a. riservare a opere svizzere o comunque europee una parte sostanziale del tempo d'antenna;
- b. riservare una quota adeguata del tempo d'antenna o del costo dei programmi ad opere svizzere o europee di realizzatori indipendenti.

<sup>2</sup> Se trasmettono lungometraggi, documentari o film d'animazione nei loro programmi, i fornitori di cui al capoverso 1 devono destinare almeno il 4 per cento dei loro proventi lordi all'acquisto, alla produzione o alla coproduzione di film svizzeri, in caso contrario l'UFCOM riscuote una tassa di promozione corrispondente al massimo al 4 per cento delle loro entrate lorde.

<sup>3</sup> L'obbligo di cui al capoverso 2 si applica anche alle emittenti di programmi televisivi esteri che propongono finestre di programmi nazionali o destinati alle regioni linguistiche e che contengono lungometraggi, documentari o film d'animazione.

<sup>4</sup> Per la SSR e i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni si applicano disposizioni particolari (art. 20 cpv. 5 e art. 28).

<sup>5</sup> L'utilizzazione della tassa di promozione cinematografica è retta dall'articolo 15 capoverso 2 e 3 della legge del 14 dicembre 2001<sup>6</sup> sul cinema.

**Titolo terzo: Pubblicità e sponsorizzazioni****Art. 13** Riconoscibilità della pubblicità

<sup>1</sup> La pubblicità deve essere nettamente separata dai contributi mediatici ed essere chiaramente riconoscibile come tale.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale può vietare le forme di pubblicità che non garantiscono il rispetto di questi principi o sottoporle a un disciplinamento speciale.

<sup>3</sup> I collaboratori di un fornitore di media che compaiono regolarmente nei contributi mediatici non possono partecipare alla pubblicità nell'ambito dell'offerta mediatica di tale fornitore. Il Consiglio federale può prevedere eccezioni per i fornitori di media con limitate risorse economiche.

**Art. 14** Divieti in materia di pubblicità

<sup>1</sup> È vietata la pubblicità che:

- a. offende le convinzioni religiose o politiche;
- b. induce a un comportamento pregiudizievole per la salute, l'ambiente o la sicurezza personale.

<sup>2</sup> È vietata la pubblicità per:

- a. i partiti politici, le persone che occupano cariche politiche o che si candidano a cariche politiche, nonché i temi oggetto di votazioni popolari;
- b. le confessioni religiose e le istituzioni e le persone che le rappresentano;
- c. i prodotti del tabacco e le sigarette elettroniche ai sensi dell'articolo 3 lettere a e f della legge sui prodotti del tabacco del xx<sup>7</sup> nonché gli oggetti che costituiscono un'unità funzionale con un prodotto del tabacco;
- d. le bevande alcoliche che sottostanno alla legge sull'alcol del 12 giugno 1932<sup>8</sup>.

<sup>3</sup> Sono vietate:

- a. le pubblicità di medicinali secondo la legge del 15 dicembre 2000<sup>9</sup> sugli agenti terapeutici;
- b. le televendite per medicinali.

<sup>4</sup> Sono vietate la pubblicità occulta e quella subliminale.

<sup>5</sup> A tutela della salute e dei minorenni il Consiglio federale può limitare la pubblicità di altri prodotti o emanare prescrizioni in merito all'impostazione della pubblicità.

**Art. 15** Inserimento, durata e portata della pubblicità

<sup>1</sup> Nelle offerte mediatiche lineari la pubblicità deve essere introdotta tra i contributi mediatici e trasmessa in blocchi.

<sup>5</sup> RS 0.784.405

<sup>6</sup> RS 443.1

<sup>7</sup> (in corso di elaborazione)

<sup>8</sup> RS 680

<sup>9</sup> RS 812.21

<sup>2</sup> La pubblicità non deve di regola superare il 20 per cento del tempo d'antenna di un'ora di programma.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale può autorizzare deroghe ai principi di cui ai capoversi 1 e 2. In tale ambito tiene conto in particolare dei seguenti criteri:

- a. mandati di prestazioni dei fornitori di media;
- b. posizione economica dei media elettronici;
- c. concorrenza estera;
- d. normative internazionali in materia di pubblicità;
- e. esigenze del pubblico;
- f. integrità complessiva e valore del contributo mediatico in questione.

<sup>4</sup> Il Consiglio federale disciplina l'introduzione, la durata e la portata della pubblicità nelle offerte mediatiche non lineari che sono oggetto di una concessione o accordo sulle prestazioni. Nel farlo tiene conto delle esigenze secondo i capoversi 1–3.

#### **Art. 16** Sponsorizzazione

<sup>1</sup> Il contenuto e, per le offerte mediatiche lineari, il momento della diffusione dei contributi mediatici sponsorizzati, è unicamente di responsabilità del fornitore di media. Esso vigila affinché lo sponsor non influenzi il contributo mediatico in modo tale da ledere l'autonomia redazionale.

<sup>2</sup> Gli sponsor devono essere menzionati all'inizio o alla fine del contributo mediatico in questione.

#### **Art. 17** Divieti in materia di sponsorizzazione

<sup>1</sup> I contributi mediatici sponsorizzati non possono incitare alla conclusione di negozi giuridici riguardo a beni o servizi dello sponsor o di terzi, né contenere dichiarazioni di natura pubblicitaria concernenti beni o servizi.

<sup>2</sup> Le aziende la cui attività principale consiste nella fabbricazione o nella vendita di prodotti o nella fornitura di prestazioni per i quali la pubblicità è vietata conformemente all'articolo 14 non possono sponsorizzare contributi mediatici.

<sup>3</sup> Le aziende attive nel settore farmaceutico possono sponsorizzare contributi mediatici purché non vi vengano citati o presentati prodotti che soggiacciono al divieto di pubblicità e non ne derivi alcun altro effetto pubblicitario per questi prodotti.

<sup>4</sup> La sponsorizzazione dei contributi mediatici concernenti avvenimenti politici nonché di contributi mediatici dedicati all'esercizio dei diritti politici a livello federale, cantonale e comunale è vietata.

<sup>5</sup> Per tutelare i minorenni, il Consiglio federale esclude determinate forme di sponsorizzazione dai contenuti mediatici per bambini.

#### **Art. 18** Inserimento di prodotti

All'inserimento di prodotti si applicano le norme sulla sponsorizzazione. Il Consiglio federale può stabilire deroghe per l'inserimento di prodotti.

#### **Art. 19** Pubblicità rivolta ai minorenni

<sup>1</sup> La pubblicità che si rivolge ai minorenni o nella quale appaiono minorenni non deve sfruttarne la scarsa esperienza né nuocere al loro sviluppo fisico o psichico.

<sup>2</sup> I contributi mediatici per bambini non devono essere interrotti da pubblicità.

<sup>3</sup> Le televendite non devono rivolgersi ai minorenni.

### **Titolo quarto: SSR e fornitori di media con accordo sulle prestazioni**

#### **Capitolo 1: Disposizioni generali**

#### **Art. 20**

<sup>1</sup> La SSR e i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni devono rappresentare in modo adeguato la pluralità degli avvenimenti e delle opinioni nell'insieme dei loro contributi mediatici.

<sup>2</sup> Sono tenuti a rendere accessibile alle persone affette da una disabilità sensoriale una parte adeguata della loro offerta mediatica. I dettagli sono disciplinati nella concessione o negli accordi sulle prestazioni.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale può obbligare i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni a riservare a opere svizzere o comunque europee una parte sostanziale della loro offerta mediatica audiovisiva.

<sup>4</sup> I fornitori di media con mandato di prestazioni sono tenuti, su richiesta delle autorità competenti, a:

- a. pubblicare immediatamente i comunicati urgenti di polizia indispensabili per mantenere l'ordine e la sicurezza pubblici o per la sicurezza delle persone, come pure i comunicati d'allarme ufficiali e le istruzioni sul comportamento da adottare;
- b. informare la popolazione sugli atti normativi della Confederazione che vanno divulgati tramite pubblicazione urgente secondo l'articolo 7 capoverso 3 della legge del 18 giugno 2004<sup>10</sup> sulle pubblicazioni ufficiali (LPubb) o tramite pubblicazione straordinaria secondo l'articolo 7 capoverso 4 LPubb.

<sup>5</sup> L'autorità che ha ordinato i comunicati e le informazioni è responsabile dei loro contenuti.

<sup>10</sup> RS 170.512

## Capitolo 2: Società svizzera di radiotelevisione

### Sezione 1: Mandato di prestazioni

#### Art. 21 Principi

- <sup>1</sup> La COMME rilascia alla SSR una concessione. Questa determina il mandato di prestazioni della SSR, in particolare la tipologia e la portata delle offerte mediatiche.
- <sup>2</sup> L'offerta informativa della SSR si compone essenzialmente di contributi mediatici audio o audiovisivi.
- <sup>3</sup> La SSR risponde all'interesse generale e offre al pubblico un orientamento affidabile nello Stato e nella società.
- <sup>4</sup> Attraverso l'intera offerta informativa, essa promuove in Svizzera la comprensione, la coesione e lo scambio fra le regioni del Paese, le comunità linguistiche, le culture, le religioni e i gruppi sociali. Prende in considerazione le particolarità del Paese e i bisogni dei Cantoni.
- <sup>5</sup> Con la propria offerta informativa tiene in considerazione le diverse esigenze e gli interessi del pubblico e si adopera nell'ottenere un vasto consenso e una buona reputazione.
- <sup>6</sup> Progetta la propria offerta informativa autonomamente e agisce indipendentemente dallo Stato e da singole entità sociali, economiche e politiche.
- <sup>7</sup> La diffusione e la forma dell'offerta informativa della SSR mirano a raggiungere i destinatari in modo efficace e innovativo.
- <sup>8</sup> La SSR non ha scopo di lucro.

#### Art. 22 Contenuto del mandato di prestazioni

- <sup>1</sup> La SSR fornisce offerte mediatiche complete a livello di contenuto nei settori informazione, cultura e formazione, nonché offerte nei settori dell'intrattenimento e dello sport che si differenziano dalle altre offerte commerciali.
- <sup>2</sup> Contribuisce alla libera formazione delle opinioni del pubblico. Informa in particolare sul contesto politico, economico, culturale e sociale e pone l'accento sulla presentazione e la spiegazione degli avvenimenti sul piano internazionale, nazionale e di regione linguistica.
- <sup>3</sup> Fornisce informazioni agli Svizzeri residenti all'estero.
- <sup>4</sup> Contribuisce allo sviluppo culturale e al rafforzamento dei valori culturali del Paese. Promuove la cultura svizzera, in particolare la musica, le opere cinematografiche e la letteratura e collabora con gli operatori culturali. Diffonde produzioni svizzere e altre produzioni europee indipendenti.
- <sup>5</sup> Contribuisce alla formazione e al sapere del pubblico tenendo in considerazione anche gli obiettivi istituzionali in materia di formazione.
- <sup>6</sup> I contributi mediatici della SSR che hanno soprattutto carattere di intrattenimento si distinguono nel complesso dalle offerte corrispondenti dei fornitori di media commerciali.
- <sup>7</sup> I contributi mediatici della SSR che riguardano prevalentemente lo sport comprendono in primo luogo il resoconto sugli avvenimenti sportivi a cui partecipa la Svizzera, su importanti manifestazioni sportive internazionali in Svizzera e su eventi sportivi particolarmente rilevanti per la società. Vengono considerati in modo adeguato anche gli sport secondari e di massa.
- <sup>8</sup> L'offerta informativa della SSR conta una quota elevata di produzioni proprie.

#### Art. 23 Contenuti destinati a determinati gruppi della popolazione

- <sup>1</sup> La SSR offre contributi mediatici orientati alla quotidianità e agli interessi dei bambini, degli adolescenti e dei giovani adulti.
- <sup>2</sup> Nella sua offerta informativa tiene conto delle persone con retroterra migratorio allo scopo di promuoverne l'integrazione sociale e la comprensione presso il resto del pubblico.
- <sup>3</sup> Tiene conto delle esigenze delle persone affette da una disabilità sensoriale e mira a garantire pari diritti per l'accesso alla sua offerta informativa. La SSR determina con le associazioni interessate la portata e la tipologia delle singole prestazioni. I dettagli sono disciplinati nella concessione.

#### Art. 24 Esigenze sotto il profilo qualitativo

- <sup>1</sup> L'offerta informativa della SSR soddisfa elevate esigenze sotto il profilo qualitativo ed etico. Si distingue per la sua rilevanza, professionalità, indipendenza, varietà e accessibilità.
- <sup>2</sup> La SSR dispone di un sistema di garanzia della qualità. Stabilisce gli standard in materia e li fa verificare regolarmente da periti esterni. Informa il pubblico in merito ai risultati delle verifiche interne ed esterne. I dettagli sono disciplinati nella concessione.

#### Art. 25 Orientamento alle regioni linguistiche

- <sup>1</sup> Le offerte mediatiche della SSR sono rivolte al pubblico di un'intera regione linguistica.
- <sup>2</sup> La SSR fornisce un'offerta informativa equivalente in tedesco, francese e italiano e tiene conto del romancio in modo adeguato.
- <sup>3</sup> Le offerte mediatiche considerano regolarmente le altre regioni linguistiche, in particolare nell'offerta informativa quotidiana e in offerte che destano l'interesse presso il pubblico.
- <sup>4</sup> La SSR offre almeno un programma radiofonico e un programma televisivo nelle regioni linguistiche tedesca, francese e italiana.
- <sup>5</sup> Nelle trasmissioni informative importanti, che vanno oltre i confini linguistici e nazionali, si utilizza di regola la rispettiva lingua nazionale nella sua forma standard.

<sup>6</sup> La SSR può orientare a un pubblico regionale un'offerta contenente le informazioni d'attualità più importanti a livello regionale in ambito politico, economico e culturale. La concessione stabilisce il contenuto e la durata di tale offerta.

**Art. 26** Rilascio e adeguamento della concessione

<sup>1</sup> Prima di rilasciare la concessione e di apportarvi modifiche significative, la COMME procede a una consultazione pubblica.

<sup>2</sup> Può modificare singole disposizioni della concessione prima della sua scadenza se le condizioni di fatto o di diritto sono cambiate e la modifica è necessaria per tutelare importanti interessi. In caso di pregiudizio economico alla SSR, la Confederazione le verserà un indennizzo adeguato.

**Art. 27** Pubblicità e sponsorizzazione nelle offerte mediatiche della SSR

<sup>1</sup> Nei programmi radiofonici e nelle offerte mediatiche non lineari della SSR la pubblicità è vietata. Il Consiglio federale può prevedere eccezioni per l'autopromozione della SSR e per il richiamo di contributi mediatici già pronti e che sono già stati messi a disposizione in modo lineare.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale può limitare o vietare la pubblicità e le sponsorizzazioni nelle offerte mediatiche della SSR. Nel farlo tiene conto in particolare dello sviluppo del mercato pubblicitario e degli interessi delle altre aziende mediatiche.

## Sezione 2: Collaborazione

**Art. 28** Collaborazione in ambito culturale

<sup>1</sup> La SSR collabora con i registi e i musicisti svizzeri e considera la letteratura svizzera. La COMME disciplina i dettagli all'interno della concessione; può imporre quote minime.

<sup>2</sup> Per la produzione di contenuti audiovisivi la SSR collabora con l'industria audiovisiva svizzera indipendente. La COMME disciplina i dettagli della collaborazione all'interno della concessione; può obbligare la SSR ad acquistare una quantità minima della produzione presso aziende svizzere indipendenti.

**Art. 29** Collaborazione con altre aziende nell'ambito del mandato di prestazioni

<sup>1</sup> La SSR può collaborare con altre aziende mediatiche per l'adempimento del mandato di prestazioni, a condizione che continuino ad essere soddisfatti i presupposti seguenti:

- a. La pluralità delle opinioni e dell'offerta in Svizzera è garantita.
- b. Altre aziende mediatiche svizzere non sono svantaggiate in modo ingiustificato.

<sup>2</sup> Può creare offerte informative in collaborazione con altre aziende mediatiche. Una collaborazione sul lungo periodo deve essere regolamentata contrattualmente. Il contratto va sottoposto alla COMME per approvazione.

<sup>3</sup> Le partecipazioni della SSR in altre aziende mediatiche o altre società nonché la creazione di società necessitano l'approvazione della COMME. Essa può imporre condizioni o vietare la partecipazione se:

- a. l'adempimento del mandato di prestazioni della SSR potrebbe essere compromesso;
- b. la pluralità delle opinioni e dell'offerta in Svizzera potrebbe essere limitata;
- c. altre aziende mediatiche svizzere ne sarebbero ingiustificatamente svantaggiate.

## Sezione 3: Accesso ai contributi mediatici

**Art. 30** Messa a disposizione di contenuti

<sup>1</sup> Ad altre aziende mediatiche svizzere la SSR mette a disposizione contributi informativi attuali e di propria produzione nonché versioni brevi di contributi mediatici aggiornati quotidianamente affinché queste possano inserirli in modo inalterato nella loro offerta mediatica.

<sup>2</sup> Tali contributi devono essere offerti a condizioni ragionevoli, trasparenti ed eque.

<sup>3</sup> Su richiesta di una parte, la COMME definisce le condizioni.

**Art. 31** Conservazione durevole e accesso agli archivi

<sup>1</sup> La SSR provvede a una conservazione durevole dei suoi contributi mediatici.

<sup>2</sup> Rende accessibili al pubblico gli archivi, rispettando i diritti di terzi, in forma idonea per un uso privato e per un utilizzo a scopo scientifico.

<sup>3</sup> Per l'utilizzazione commerciale di propri contenuti mediatici archiviati la SSR può chiedere prezzi di mercato. Per l'utilizzazione non commerciale può esigere contributi che coprono le spese causate dalla richiesta.

## Sezione 4: Informazione della popolazione in situazioni di crisi

### Art. 32

La SSR prende i necessari provvedimenti organizzativi e tecnici per garantire l'informazione alla popolazione anche in situazioni di crisi. I dettagli, in particolare la portata dell'offerta, la collaborazione con le autorità competenti e gli indennizzi sono disciplinati nell'ambito di accordi sulle prestazioni con la Confederazione.

## Sezione 5: Attività che esulano dal mandato di prestazioni

### Art. 33           Attività soggette ad approvazione

<sup>1</sup> Le attività della SSR e delle aziende di cui essa detiene il controllo, che non sono stabilite nella concessione e potrebbero nuocere considerevolmente alla posizione e al compito di altre aziende mediatiche svizzere, necessitano dell'approvazione della COMME.

<sup>2</sup> In caso di forte pregiudizio secondo il capoverso 1, la COMME può imporre alla SSR obblighi in materia di attività commerciale, finanziamento, contabilità e organizzazione; può anche vietare l'attività in questione.

### Art. 34           Promozione della presenza della Svizzera all'estero

<sup>1</sup> Il Consiglio federale può concludere con la SSR un accordo sull'offerta informativa che promuove la presenza della Svizzera e la comprensione per le sue aspirazioni all'estero.

<sup>2</sup> La portata delle offerte è stabilita mediante un accordo e indennizzata dalla Confederazione.

<sup>3</sup> L'offerta sottostà alle disposizioni della presente legge.

## Sezione 6: Organizzazione

### Art. 35           Organizzazione della SSR

<sup>1</sup> La SSR si organizza in modo da garantire:

- a. la propria indipendenza nei confronti dello Stato e delle varie entità sociali, economiche e politiche;
- b. una gestione efficace e un impiego del canone per i media elettronici conforme allo scopo previsto;
- c. il rispetto delle aspirazioni delle regioni linguistiche, nonché una direzione e un coordinamento nazionali;
- d. la rappresentanza del pubblico nell'organizzazione;
- e. la separazione fra attività redazionale e attività economiche;
- f. l'applicazione dei principi del diritto in materia di società anonima che disciplinano la direzione, la sorveglianza e il controllo.

<sup>2</sup> I suoi statuti necessitano dell'approvazione della COMME.

### Art. 36           Organi

<sup>1</sup> La SSR dispone obbligatoriamente dei seguenti organi: assemblea generale, consiglio d'amministrazione, ufficio di revisione e direzione.

<sup>2</sup> Salvo diversa disposizione della presente legge, alla disciplina statutaria dei diritti, degli obblighi e delle responsabilità degli organi della SSR si applicano per analogia le disposizioni del diritto in materia di società anonima.

### Art. 37           Consiglio d'amministrazione

<sup>1</sup> Il Consiglio d'amministrazione della SSR non impartisce istruzioni specifiche nell'ambito delle offerte informative correnti.

<sup>2</sup> I membri del Consiglio d'amministrazione non possono essere alle dipendenze della SSR o di aziende di cui essa detiene il controllo. Essi non sottostanno ad alcuna istruzione.

## Sezione 7: Finanziamento

### Art. 38           Finanziamento

<sup>1</sup> La SSR è finanziata essenzialmente mediante i proventi del canone per i media elettronici (titolo 8). Altre fonti di finanziamento sono ammesse a condizione che la presente legge, le disposizioni di ordinanza basate su di essa e la concessione non prevedano alcuna limitazione.

<sup>2</sup> Nel determinare l'ammontare del canone (art. 78) il Consiglio federale può stabilire un importo massimo per gli introiti commerciali.

**Art. 39** Impiego dei mezzi finanziari

<sup>1</sup> La SSR e le aziende di cui essa detiene il controllo gestiscono le loro finanze secondo i principi riconosciuti della buona prassi. Esse operano secondo criteri economici, impiegano i mezzi finanziari in modo conforme e provvedono a mantenere a lungo termine la sostanza dell'azienda.

<sup>2</sup> La SSR impiega la sua quota di canone esclusivamente per sopperire all'onere derivante dall'adempimento del mandato di prestazioni.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale può fissare una quota del canone che la SSR deve destinare all'informazione in base all'articolo 22 capoverso 2.

<sup>4</sup> Il Consiglio federale può fissare una quota del canone che la SSR deve utilizzare per coproduzioni con altri fornitori di media svizzeri nei settori dell'intrattenimento e dello sport.

<sup>5</sup> Qualora in un esercizio la SSR realizzi un'eccedenza, questa dev'essere trattenuta come riserva per coprire future perdite.

<sup>6</sup> Qualora la SSR realizzi introiti commerciali maggiori rispetto a quanto stabilito dal Consiglio federale secondo l'articolo 38 capoverso 2, essa deve costituire riserve pari a tale importo.

<sup>7</sup> Qualora un'attività che ha avuto un'importanza considerevole nella determinazione del canone sia soppressa, la COMME può obbligare la SSR a costituire riserve per un importo corrispondente.

<sup>8</sup> La SSR e le aziende di cui essa detiene il controllo applicano per analogia ai membri degli organi direttivi, ai quadri dirigenti nonché all'altro personale con retribuzione analoga l'articolo 6a capoversi 1-5 della legge del 24 marzo 2000<sup>11</sup> sul personale federale e le relative disposizioni di ordinanza.

**Art. 40** Presentazione dei conti

<sup>1</sup> La SSR e le aziende di cui essa detiene il controllo tengono la loro contabilità secondo le prescrizioni applicabili alle società anonime e secondo gli standard in materia di bilancio riconosciuti dalle borse svizzere.

<sup>2</sup> Esse tengono conti separati per le attività che servono all'adempimento del mandato di prestazioni e per le altre attività.

**Sezione 8: Relazione e vigilanza****Art. 41** Dialogo con il pubblico

<sup>1</sup> La SSR intrattiene regolarmente un dialogo con il pubblico in merito allo sviluppo dell'offerta e dell'azienda.

<sup>2</sup> Fa controllare regolarmente da servizi esterni l'adempimento degli obiettivi in materia di offerta e ne pubblica i risultati.

<sup>3</sup> La concessione disciplina i dettagli.

**Art. 42** Documenti da presentare alla COMME

<sup>1</sup> La SSR presenta ogni anno alla COMME:

- a. un rapporto concernente l'adempimento del mandato di prestazioni;
- b. la strategia imprenditoriale;
- c. il conto di gruppo;
- d. il conto annuale, il preventivo, la pianificazione finanziaria e il rapporto annuale della SSR e delle aziende di cui essa detiene il controllo;
- e. la relazione completa dell'ufficio di revisione all'attenzione del Consiglio d'amministrazione.

<sup>2</sup> La concessione disciplina gli aspetti temporali e contenutistici della relazione.

**Art. 43** Verifica dell'adempimento del mandato di prestazioni

<sup>1</sup> La COMME verifica regolarmente l'adempimento del mandato di prestazioni da parte della SSR.

<sup>2</sup> A tal fine si fonda sulla relazione della SSR e sui risultati concreti di ricerche.

<sup>3</sup> Nell'ambito della verifica dell'adempimento del mandato di prestazioni può chiedere alla SSR di fornire informazioni o documenti.

**Art. 44** Sorveglianza finanziaria

<sup>1</sup> La COMME esamina la gestione finanziaria della SSR in base alla relazione di quest'ultima. La Commissione può chiedere informazioni complementari. In particolare, può chiedere alla SSR e alle aziende di cui essa detiene il controllo informazioni su come gli organi hanno assunto la loro responsabilità.

<sup>2</sup> Può svolgere verifiche in loco presso la SSR e le aziende di cui essa detiene il controllo, se:

- a. la relazione è lacunosa e la SSR, nonostante l'invito della COMME, non ha fornito informazioni sufficienti entro il termine impartito; o
- b. vi è fondato sospetto che la SSR o una delle aziende di cui essa detiene il controllo non abbia adempiuto gli obblighi di cui all'articolo 39.

<sup>11</sup> RS 172.220.1



<sup>3</sup> Può, secondo le condizioni del capoverso 2, incaricare il Controllo federale delle finanze oppure altri periti di verificare le finanze della SSR. La legge federale del 28 giugno 1967<sup>12</sup> sul controllo federale delle finanze non è applicabile.

<sup>4</sup> Non sono ammessi meri controlli d'opportunità.

#### **Art. 45** Provvedimenti in caso di violazione degli obblighi

<sup>1</sup> Qualora, nell'ambito della verifica dell'adempimento del mandato di prestazioni o della sorveglianza finanziaria, la COMME constati una mancanza, essa può chiedere alla SSR l'adozione di provvedimenti adeguati.

<sup>2</sup> Può completare la concessione con delle condizioni o sospenderla parzialmente se:

- a. a più riprese la SSR non ha adempiuto al mandato di prestazioni;
- b. la SSR ha violato ripetutamente o in modo grave i suoi obblighi in materia di gestione finanziaria e presentazione dei conti (art. 39 e art. 40);
- c. l'autorità di vigilanza secondo l'articolo 111 ha presentato domanda in tal senso;
- d. la SSR ha violato ripetutamente o in modo grave la presente legge, le disposizioni d'esecuzione o i pertinenti accordi internazionali.

<sup>3</sup> Può anche chiedere la restituzione di contributi provenienti dal canone per i media elettronici o ridurre temporaneamente il diritto a una quota di partecipazione al canone.

### **Capitolo 3: Fornitori di media con accordo sulle prestazioni**

#### **Sezione 1: Oggetto degli accordi sulle prestazioni**

#### **Art. 46** Principio

<sup>1</sup> La COMME promuove offerte mediatiche che riferiscono informazioni relative all'area locale, regionale o a una regione linguistica e che:

- a. apportano un contributo particolare alla formazione delle opinioni e della volontà democratiche, alla partecipazione culturale e all'integrazione sociale.
- b. consistono prevalentemente in contributi mediatici audio e audiovisivi.

<sup>2</sup> Conclude su richiesta accordi sulle prestazioni con i fornitori di tali offerte mediatiche.

<sup>3</sup> I fornitori con un accordo sulle prestazioni ottengono una quota dei proventi del canone per i media elettronici (sezione 3).

<sup>4</sup> Possono essere oggetto di accordi sulle prestazioni:

- a. offerte mediatiche comprendenti prestazioni informative regionali (art. 47);
- b. offerte mediatiche destinate a determinati gruppi della popolazione (art. 48);
- c. offerte mediatiche partecipative (art. 49).

<sup>5</sup> L'offerta mediatica promossa deve essere riconoscibile come tale.

#### **Art. 47** Offerta mediatica comprendente prestazioni informative regionali

<sup>1</sup> Le prestazioni informative regionali si orientano al bene comune e trasmettono informazioni rilevanti riguardanti politica, economia, cultura, società e sport. Contengono rapporti relativi all'attualità regionale, spiegano gli antefatti, effettuano analisi, mostrano il contesto politico, economico, sociale e culturale e mettono gli eventi in prospettiva.

<sup>2</sup> Contribuiscono alla libera formazione delle opinioni, poiché garantiscono nel complesso un resoconto completo, diversificato, corretto e professionale sotto il profilo giornalistico.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale definisce aree per cui può essere concluso un accordo sulle prestazioni. La COMME può stabilire priorità all'interno di tali aree e concludere con i fornitori di media accordi sulle prestazioni che consentano di fornire le prestazioni informative di cui al capoverso 1.

#### **Art. 48** Offerte mediatiche per determinati gruppi della popolazione

<sup>1</sup> Le offerte mediatiche per determinati gruppi della popolazione devono rispondere alle esigenze specifiche di gruppi sociali o culturali.

<sup>2</sup> Devono essere prodotte da giornalisti professionisti.

<sup>3</sup> Possono fare riferimento a uno o più settori dell'informazione, della cultura, della formazione e dello sport.

<sup>4</sup> Il fornitore di servizi mediatici definisce l'area geografica cui la sua offerta si rivolge.

#### **Art. 49** Offerte mediatiche partecipative per determinati gruppi della popolazione

<sup>1</sup> Le offerte mediatiche partecipative devono rivolgersi a un determinato gruppo sociale o culturale.

<sup>2</sup> Nella produzione dell'offerta il pubblico deve essere coinvolto attivamente. La produzione deve essere accompagnata da giornalisti professionisti.

<sup>3</sup> Le offerte mediatiche partecipative possono riferirsi a uno o più settori dell'informazione, della cultura, della formazione e dello sport. Possono porre l'accento sulla pluralità linguistica o sulla formazione di giovani operatori dei media.

<sup>4</sup> Il fornitore di servizi mediatici definisce l'area geografica cui la sua offerta mediatica si rivolge.

## Sezione 2: Conclusione di accordi sulle prestazioni

### Art. 50 Condizioni generali

Un accordo sulle prestazioni può essere concluso se il richiedente:

- a. adempie ai requisiti relativi a un'offerta mediatica degna di promozione;
- b. dimostra di poter finanziare gli investimenti necessari e l'esercizio in vista dell'adempimento dell'accordo sulle prestazioni per l'intera durata dell'accordo;
- c. rivela:
  1. chi detiene le parti preponderanti del capitale,
  2. chi mette a disposizione importanti mezzi finanziari e in quale misura,
  3. la struttura organizzativa di cui il richiedente fa parte, e
  4. come tali relazioni d'affari sono sfruttate per adempiere all'accordo sulle prestazioni;
- d. ha introdotto un sistema che garantisca la qualità redazionale o intende introdurlo;
- e. dimostra di osservare le condizioni di lavoro abituali nel settore;
- f. produce l'offerta mediatica prevalentemente in Svizzera;
- g. ha sede o domicilio in Svizzera;
- h. è indipendente da comunità religiose e organizzazioni politiche.

### Art. 51 Trattamento delle domande

<sup>1</sup> La COMME stabilisce mediante una direttiva i requisiti per le domande, i criteri di valutazione, le tappe della procedura e le scadenze; pubblica la direttiva.

<sup>2</sup> Sottopone le offerte secondo l'articolo 47 alle cerchie interessate affinché prendano posizione.

<sup>3</sup> Effettua una scelta e svolge i negoziati.

<sup>4</sup> Se la COMME respinge una domanda, il richiedente può chiedere il rilascio di una decisione da parte della COMME.

### Art. 52 Criteri relativi alla conclusione di accordi sulle prestazioni

<sup>1</sup> La COMME valuta l'offerta sulla base dei seguenti criteri:

- a. contenuto, portata e qualità dell'offerta informativa;
- b. i gruppi della popolazione cui l'offerta si rivolge;
- c. il tipo di diffusione tenuto conto dei relativi costi e del pubblico da raggiungere;
- d. il valore aggiunto sotto il profilo informativo rispetto alle offerte mediatiche esistenti nella regione interessata.

<sup>2</sup> Ai fini della conclusione degli accordi sulle prestazioni, la COMME bada affinché sia tenuto debitamente conto delle regioni, incluse le regioni linguistiche.

<sup>3</sup> In caso di offerte mediatiche giudicate equivalenti la COMME privilegia l'offerta che contribuisce maggiormente alla pluralità dei fornitori, delle opinioni e dell'offerta nella regione interessata.

### Art. 53 Contenuto e durata degli accordi sulle prestazioni

<sup>1</sup> L'accordo sulle prestazioni stabilisce:

- a. l'offerta mediatica sotto il profilo quantitativo e qualitativo;
- b. l'area geografica cui l'offerta mediatica si rivolge;
- c. l'ammontare e l'utilizzo del contributo proveniente dal canone per i media elettronici;
- d. ulteriori requisiti e condizioni in merito all'offerta mediatica.

<sup>2</sup> È concluso per un massimo di cinque anni. È ammessa un'unica proroga dell'accordo sulle prestazioni.

### Art. 54 Cessione dell'accordo sulle prestazioni e notificazione delle partecipazioni

<sup>1</sup> La cessione a terzi dell'accordo sulle prestazioni del fornitore di servizi mediatici è possibile solo con il consenso della COMME. Essa approva la cessione se le condizioni generali di cui all'articolo 50 continuano ad essere adempiute e la fornitura della prestazione è assicurata.

<sup>2</sup> Anche il trasferimento economico dell'accordo sulle prestazioni è considerato come una cessione.

<sup>3</sup> Se, dopo aver concluso l'accordo sulle prestazioni, i fornitori di media con accordi sulle prestazioni acquistano partecipazioni rilevanti in altre aziende mediatiche devono annunciarlo alla COMME. In caso di necessità la COMME può adottare provvedimenti conformemente all'articolo 61.

<sup>4</sup> Vi è trasferimento economico o partecipazione rilevante quando è trasferito oltre un terzo del capitale azionario, sociale o cooperativo o eventualmente dei titoli di partecipazione o dei diritti di voto.

### Sezione 3: Finanziamento

#### Art. 55 Ammontare dei contributi

<sup>1</sup> Nel determinare l'ammontare dei contributi, la COMME tiene conto dei costi di produzione dell'offerta informativa, delle sue altre possibilità di finanziamento nonché del modello commerciale del fornitore di media.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale stabilisce quali costi sono tenuti in considerazione ai fini della determinazione della quota di partecipazione al canone attribuita alle offerte in base agli articoli 47–49 e la quota massima dei costi computabili che il contributo può rappresentare. Egli disciplina la computabilità dei costi e i giustificativi da fornire cosicché siano considerate solo le prestazioni a favore dei media elettronici.

#### Art. 56 Impiego dei mezzi finanziari e presentazione dei conti

<sup>1</sup> Il fornitore di media e le aziende mediatiche di cui detiene il controllo gestiscono le loro finanze secondo i principi riconosciuti della buona prassi. Esse operano secondo criteri economici e impiegano i mezzi finanziari in modo conforme alle prescrizioni.

<sup>2</sup> Essi impiegano la quota di canone esclusivamente per sopperire all'onere derivante dall'adempimento del mandato di prestazioni.

<sup>3</sup> Tengono conti separati per le attività che servono all'adempimento del mandato di prestazioni e per le altre attività.

<sup>4</sup> Se nel corso di un esercizio, lo svolgimento delle attività volte all'adempimento del mandato di prestazioni fa registrare un'eccedenza, questa deve essere conservata quale riserva destinata a coprire future perdite.

### Sezione 4: Relazione e vigilanza

#### Art. 57 Rendiconto nei confronti del pubblico

<sup>1</sup> I fornitori di media rendono conto annualmente al pubblico del loro contributo alla democrazia e alla società. Illustrano come contribuiscono alla pluralità mediatica nella regione cui le loro prestazioni informative si rivolgono.

<sup>2</sup> La COMME stabilisce le esigenze in materia di rendiconto.

#### Art. 58 Relazione da presentare alla COMME

<sup>1</sup> I fornitori di media presentano annualmente alla COMME i documenti seguenti:

- a. il rapporto d'attività;
- b. il conto annuale, il preventivo, la pianificazione finanziaria e la relazione annuale della propria azienda e delle aziende di cui detengono il controllo;
- c. il rapporto completo dell'ufficio di revisione destinato al Consiglio d'amministrazione;
- d. un rapporto che dimostra l'utilizzo redditizio delle risorse.

<sup>2</sup> La COMME stabilisce gli aspetti temporali e contenutistici della relazione e le informazioni che la COMME stessa dovrà pubblicare.

#### Art. 59 Verifica dell'adempimento dell'accordo sulle prestazioni

<sup>1</sup> La COMME verifica regolarmente se i fornitori di media forniscono le prestazioni e le offerte convenute e si attengono alle disposizioni giuridiche. In caso di bisogno può fare appello a terzi.

<sup>2</sup> Nell'ambito della verifica può obbligare i fornitori di media a fornire informazioni e documenti.

#### Art. 60 Sorveglianza finanziaria

<sup>1</sup> La COMME esamina la gestione finanziaria sulla base delle relazioni consegnate dai fornitori di media. Può chiedere informazioni complementari.

<sup>2</sup> Può svolgere verifiche in loco presso i fornitori di media e le aziende di cui questi ultimi detengono il controllo.

<sup>3</sup> La legge federale del 28 giugno 1967<sup>13</sup> sul controllo federale delle finanze non è applicabile.

#### Art. 61 Provvedimenti in caso di violazione degli obblighi

<sup>1</sup> Se nell'ambito della verifica dell'adempimento dell'accordo sulle prestazioni o della sorveglianza finanziaria la COMME constata mancanze, o se i criteri secondo gli articoli 50 e 52 non sono più totalmente adempiti, essa può:

- a. chiedere che il fornitore di media in questione adotti provvedimenti adeguati;
- b. sospendere l'accordo sulle prestazioni in questione o recedervi.

<sup>2</sup> In caso di ripetute o gravi violazioni del diritto, o su richiesta dell'Autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici (AIR) la COMME può sospendere l'accordo sulle prestazioni o recedervi.

<sup>13</sup> RS 614.0

<sup>3</sup> Può anche chiedere la restituzione di contributi provenienti dai proventi del canone per i media elettronici o ridurre temporaneamente il diritto a quote del canone.

## **Titolo quinto: Trasmissione di offerte mediatiche**

### **Art. 62** Principi

<sup>1</sup> I fornitori di media possono diffondere direttamente le loro offerte mediatiche fondandosi sulle disposizioni del diritto delle telecomunicazioni o affidare questo compito a un fornitore di servizi di telecomunicazione.

<sup>2</sup> L'articolo 47 LTC<sup>14</sup> sulla comunicazione in situazioni straordinarie è applicabile ai fornitori di media che diffondono direttamente le loro offerte mediatiche.

<sup>3</sup> La vigilanza sulla trasmissione delle offerte mediatiche compete all'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM).

### **Art. 63** Frequenze per la radiodiffusione via etere

<sup>1</sup> Il Consiglio federale garantisce che siano disponibili sufficienti frequenze per diffondere i programmi radiotelevisivi in adempimento del mandato di prestazioni costituzionale (art. 93 cpv. 2 Cost.).

<sup>2</sup> Il Consiglio federale determina le frequenze o i blocchi di frequenze che, conformemente al piano nazionale di attribuzione delle frequenze secondo l'articolo 25 LTC<sup>15</sup>, sono utilizzati per la diffusione di offerte mediatiche lineari su frequenze di radiodiffusione.

<sup>3</sup> Al momento della liberazione di queste frequenze e del rilascio di concessioni di radiocomunicazione le autorità competenti considerano il fabbisogno necessario a soddisfare gli obblighi di diffusione conformemente all'articolo 64. A tale scopo consultano la COMME.

### **Art. 64** Obbligo di diffusione

<sup>1</sup> I fornitori di servizi di telecomunicazione che raggruppano offerte mediatiche lineari devono diffondere in modo invariato e completo le offerte mediatiche lineari oggetto della concessione SSR o di un accordo sulle prestazioni; non hanno il diritto di chiedere un risarcimento al fornitore di media.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale può estendere l'obbligo di diffusione a:

- a. offerte mediatiche non lineari con mandato di prestazioni;
- b. servizi tecnicamente abbinati a offerte mediatiche e che presentano un nesso contenutistico con queste ultime;
- c. offerte mediatiche estere che forniscono un contributo particolare alla formazione, allo sviluppo culturale o alla libera formazione delle opinioni.

<sup>3</sup> Per la radiodiffusione via etere di offerte mediatiche lineari oggetto della concessione della SSR o di un accordo sulle prestazioni, il concessionario di radiocomunicazione può chiedere ai fornitori di media un risarcimento in funzione dei costi. Il Consiglio federale disciplina i costi computabili.

### **Art. 65** Trasporto e interfacce

<sup>1</sup> Il fornitore di media è responsabile del trasporto della sua offerta mediatica fino all'interfaccia con il fornitore di servizi di telecomunicazione e ne assume i relativi costi.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale può prescrivere interfacce aperte e altre esigenze sulla loro specificazione tecnica nonché definire la loro ubicazione. Tiene debitamente conto dei dispositivi e dei servizi già presenti sul mercato e concede periodi di transizione adeguati.

### **Art. 66** Preparazione tecnica

<sup>1</sup> Se per la preparazione tecnica dell'offerta mediatica il fornitore di media e il fornitore di servizi di telecomunicazione utilizzano procedimenti tecnici diversi, nei limiti di quanto ragionevole il fornitore di servizi di telecomunicazione provvede affinché l'offerta mediatica che è tenuto a diffondere secondo l'articolo 64 sia messa a disposizione almeno in una qualità corrispondente a quella della rimanente offerta mediatica.

<sup>2</sup> Il fornitore di servizi di telecomunicazione provvede, nell'ambito delle proprie possibilità tecniche, a segnalare le offerte mediatiche che è tenuto a diffondere secondo l'articolo 64 in modo equivalente alla rimanente offerta mediatica.

<sup>3</sup> Gli esercenti e i fornitori di servizi o dispositivi di preparazione tecnica sono tenuti a dare ai fornitori di media tutte le informazioni e i documenti necessari per far valere i diritti di cui al capoverso 2.

<sup>4</sup> Il Consiglio federale può estendere le disposizioni sulla preparazione tecnica ai servizi abbinati e alla loro funzionalità.

### **Art. 67** Limitazioni

L'UFCOM può limitare completamente o parzialmente il trasporto e la diffusione di un'offerta mediatica se questa:

- a. viola il diritto internazionale delle telecomunicazioni vincolante per la Svizzera;
- b. viola durevolmente e in modo grave le disposizioni di diritto internazionale vincolanti per la Svizzera in materia di esigenze minime relative al contenuto, pubblicità o sponsorizzazioni; o
- c. è oggetto di un divieto di trasmissione secondo l'articolo 93 capoverso 1 lettera g.

<sup>14</sup> RS 784.10

<sup>15</sup> RS 784.10

**Art. 68** Televisione in differita

<sup>1</sup> Per televisione in differita s'intende un programma televisivo di un fornitore di media diffuso e registrato da un fornitore di servizi di telecomunicazione che quest'ultimo mette integralmente a disposizione dei suoi clienti finali per un periodo limitato di tempo, su richiesta e nel rispetto delle disposizioni in materia di diritto d'autore.

<sup>2</sup> I fornitori di servizi di telecomunicazione che propongono la televisione in differita non possono modificare i programmi televisivi svizzeri lineari da essi registrati e diffusi.

<sup>3</sup> Per garantire la tutela dei giovani il Consiglio federale può emanare disposizioni in materia di accessibilità ai programmi televisivi svizzeri nel quadro della televisione in differita. A tale scopo considera le classificazioni in base all'età riconosciute in Svizzera.

**Art. 69** Obblighi per i fornitori di servizi di telecomunicazione di diffondere comunicati urgenti

<sup>1</sup> Il Consiglio federale può imporre ai fornitori di servizi di telecomunicazione che diffondono offerte mediatiche l'obbligo di trasmettere i comunicati urgenti di polizia indispensabili per mantenere l'ordine e la sicurezza pubblici o per la sicurezza delle persone come pure i comunicati d'allarme ufficiali e le istruzioni sul comportamento da adottare.

<sup>2</sup> L'autorità che ha ordinato i contenuti mediatici ne assume la responsabilità.

**Art. 70** Libertà di ricezione

Ognuno è libero di captare le offerte mediatiche svizzere ed estere destinate al pubblico in generale.

**Titolo sesto: Sostegno indiretto ai media****Art. 71** Formazione e formazione continua

<sup>1</sup> La COMME può sostenere finanziariamente la formazione e la formazione continua nel settore del giornalismo professionale.

<sup>2</sup> I contributi sono versati su richiesta agli istituti di formazione e di formazione continua i cui corsi si rivolgono a professionisti dei media elettronici.

**Art. 72** Organizzazioni di autoregolamentazione dei media elettronici

<sup>1</sup> La COMME può sostenere finanziariamente l'autoregolamentazione dei media elettronici.

<sup>2</sup> I contributi sono concessi su richiesta a organizzazioni senza scopo di lucro che promuovono la qualità delle offerte giornalistiche svizzere.

**Art. 73** Agenzie di stampa

<sup>1</sup> La COMME può sostenere finanziariamente le agenzie di stampa.

<sup>2</sup> I contributi sono concessi su richiesta a organizzazioni senza scopo di lucro la cui attività principale consiste nel fornire un servizio informativo di base ai media elettronici.

**Art. 74** Soluzioni informatiche innovative

<sup>1</sup> La COMME può sostenere lo sviluppo e temporaneamente l'esercizio di infrastrutture digitali innovative.

<sup>2</sup> I contributi sono concessi su richiesta, nella misura in cui sono adempiuti i seguenti presupposti:

- a. l'infrastruttura consente od ottimizza l'acquisto, la produzione o la diffusione di contenuti giornalistici o facilita la reperibilità dei contenuti,
- b. l'infrastruttura è aperta a tutti i fornitori di media, e
- c. l'infrastruttura contribuisce alla pluralità informativa.

**Art. 75** Disposizioni comuni

<sup>1</sup> Il Consiglio federale disciplina la computabilità dei costi e i giustificativi da fornire cosicché siano considerate solo le prestazioni a favore dei media elettronici.

<sup>2</sup> Stabilisce la quota massima per i costi computabili; tale quota corrisponde all'80 per cento.

<sup>3</sup> Disciplina i criteri di attribuzione.

<sup>4</sup> I contributi versati sono prelevati dai proventi del canone per i media elettronici.

**Titolo settimo: Ricerca sui media e statistica****Art. 76**

<sup>1</sup> La COMME e l'UFKOM possono commissionare mandati e su richiesta concedere contributi per progetti di ricerca scientifica i cui risultati consentono segnatamente di ottenere indicazioni sull'evoluzione dei media elettronici a livello di informazione, società, economia e tecnica, fornendo indicazioni sulle prestazioni informative e sulla fruizione dei media elettronici. Nella misura del possibile mettono i risultati della ricerca a disposizione del pubblico.

<sup>2</sup> L'UFCOM elabora una statistica in collaborazione con l'Ufficio federale di statistica. Questa contiene le indicazioni di cui le autorità competenti necessitano per l'applicazione del diritto e l'osservazione del mercato.

## **Titolo ottavo: Canone per i media elettronici**

### **Capitolo 1: In generale**

#### **Art. 77** Principi

<sup>1</sup> La Confederazione riscuote un canone per finanziare l'adempimento del mandato di prestazioni costituzionale in materia di media elettronici (art. 93 cpv. 2 Cost.<sup>16</sup>).

<sup>2</sup> Il canone è riscosso per economia domestica di tipo privato o collettività e per impresa.

<sup>3</sup> Gli organi di riscossione dei canoni per le economie domestiche e per le imprese versano i proventi netti alla COMME.

<sup>4</sup> I proventi e l'impiego del canone, ad eccezione delle indennità da versare alla Confederazione, non figurano nel consuntivo della Confederazione. Le quote di canone non utilizzate figurano nel bilancio della Confederazione.

#### **Art. 78** Importo del canone e ripartizione dei proventi in funzione degli scopi

<sup>1</sup> Il Consiglio federale stabilisce i contributi per gli scopi e l'importo del canone per i media elettronici, in considerazione delle raccomandazioni della COMME. Gli scopi sono:

- a. finanziare il mandato di prestazioni della SSR (art. 38 cpv. 1);
- b. sostenere i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni (art. 44 cpv. 3);
- c. sostenere la formazione e la formazione continua (art. 71), le organizzazioni di autoregolamentazione dei media elettronici (art. 72), le agenzie di stampa (art. 73) e le soluzioni informatiche innovative (art. 74);
- d. i compiti dell'organo di riscossione, dell'Amministrazione federale delle contribuzioni (AFC) nonché dell'UFCOM in relazione alla riscossione del canone e all'applicazione dell'obbligo di pagare il canone (art. 83–86 e 87–91).

<sup>2</sup> La quota destinata allo scopo di cui al capoverso 1 lettera b ammonta al massimo al 6 per cento dei proventi totali e quella di cui al capoverso 1 lettera c al massimo al 2 per cento.

<sup>3</sup> Nella decisione secondo il capoverso 1 il Consiglio federale tiene conto delle eventuali eccedenze provenienti dagli anni precedenti nonché delle riserve secondo l'articolo 39 capoverso 4 e 5

<sup>4</sup> Nello stabilire la chiave di ripartizione e l'importo del canone, il Consiglio federale tiene conto delle raccomandazioni del sorvegliante dei prezzi. Se vi deroga, ne espone pubblicamente i motivi.

<sup>5</sup> Verifica l'importo del canone ogni due anni.

### **Capitolo 2: Canone a carico delle economie domestiche di tipo privato e delle collettività**

#### **Art. 79** Disposizioni generali

<sup>1</sup> L'obbligo per i componenti di un'economia domestica di tipo privato o di una collettività di pagare il canone inizia il primo giorno del mese seguente la costituzione dell'economia domestica o della collettività e termina l'ultimo giorno del mese in cui questa è sciolta.

<sup>2</sup> Per la riscossione del canone è determinante l'economia domestica d'appartenenza così come risulta dal registro cantonale o comunale degli abitanti.

<sup>3</sup> Il Consiglio federale disciplina la periodicità e l'esigibilità del canone nonché la prescrizione dell'obbligo di pagare il canone.

#### **Art. 80** Economie domestiche di tipo privato: obbligo di pagare il canone

<sup>1</sup> Il canone è di importo uguale per tutte le economie domestiche di tipo privato.

<sup>2</sup> La definizione di economia domestica di tipo privato è retta dalla legislazione sull'armonizzazione dei registri.

<sup>3</sup> Risponde in solido del pagamento del canone dell'economia domestica di tipo privato ogni persona maggiorenne:

- a. per la quale l'economia domestica costituisce il domicilio principale, analogamente alla definizione di Comune di residenza di cui all'articolo 3 lettera b della legge del 23 giugno 2006<sup>17</sup> sull'armonizzazione dei registri (LArRa); o
- b. che non ha un domicilio principale in Svizzera e per la quale l'economia domestica costituisce il domicilio secondario, analogamente alla definizione di Comune di soggiorno di cui all'articolo 3 lettera c LArRa.

<sup>4</sup> La responsabilità di una persona si estende a tutti i crediti dei periodi di computo del canone all'inizio dei quali essa appartiene all'economia domestica.

<sup>5</sup> Se nel corso di un mese tutti i componenti maggiorenni lasciano l'economia domestica di cui facevano parte all'inizio del mese, questa è considerata sciolta l'ultimo giorno di tale mese.

<sup>16</sup> RS 101

<sup>17</sup> RS 431.02

**Art. 81** Economie domestiche di tipo privato: esenzione dall'obbligo di pagare il canone

<sup>1</sup> Sono esentate dall'obbligo di pagare il canone:

- a. su domanda, le persone che beneficiano di prestazioni annue ai sensi dell'articolo 3 capoverso 1 lettera a della legge federale del 6 ottobre 2006<sup>18</sup> sulle prestazioni complementari all'assicurazione per la vecchiaia, i superstiti e l'invalidità; l'esenzione è accordata retroattivamente da quando la prestazione complementare ha iniziato a essere percepita, ma al massimo per i cinque anni precedenti la presentazione della domanda all'organo di riscossione;
- b. le persone che beneficiano di privilegi, immunità e facilitazioni di cui all'articolo 2 capoverso 2 della legge del 22 giugno 2007<sup>19</sup> sullo Stato ospite (LSO), se godono dello statuto diplomatico e non possiedono la cittadinanza svizzera; il Consiglio federale disciplina l'esenzione delle altre persone che godono di privilegi, immunità e facilitazioni e appartengono al personale di uno dei beneficiari istituzionali ai sensi dell'articolo 2 capoverso 1 lettere d, e ed f LSO, se non possiedono la cittadinanza svizzera;
- c. le persone sordo-cieche, se nella loro economia domestica di tipo privato non vivono persone soggette all'obbligo di pagare il canone.

<sup>2</sup> Se un componente di un'economia domestica di tipo privato soddisfa le condizioni di esenzione di cui al capoverso 1, tutti i componenti dell'economia domestica sono esentati dall'obbligo di pagare il canone.

**Art. 82** Collettività

<sup>1</sup> Il canone radiotelevisivo è di importo uguale per tutte le collettività.

<sup>2</sup> La nozione di collettività è sì orientata alla legislazione sull'armonizzazione dei registri.

<sup>3</sup> L'ente di diritto privato o pubblico responsabile della collettività risponde del pagamento del canone.

**Art. 83** Riscossione del canone a carico delle economie domestiche di tipo privato e delle collettività

<sup>1</sup> Il Consiglio federale può affidare a un organo di riscossione esterno all'Amministrazione federale la riscossione del canone a carico delle economie domestiche di tipo privato e le collettività nonché i relativi compiti. È applicabile la legislazione sugli acquisti pubblici.

<sup>2</sup> L'UFCOM esercita la vigilanza sull'organo di riscossione.

**Art. 84** Competenze e compiti dell'organo di riscossione

<sup>1</sup> L'organo di riscossione può emanare decisioni nei confronti degli assoggettati al canone circa l'obbligo di pagare il canone.

<sup>2</sup> L'organo di riscossione agisce quale autorità ai sensi dell'articolo 1 capoverso 2 lettera e della legge federale del 20 dicembre 1968<sup>20</sup> sulla procedura amministrativa (PA). Conformemente all'articolo 79 della legge federale dell'11 aprile 1889<sup>21</sup> sulla esecuzione e sul fallimento (LEF), in una procedura d'esecuzione può eliminare l'opposizione ed è considerato autorità amministrativa ai sensi dell'articolo 80 capoverso 2 numero 2 LEF.

<sup>3</sup> Non è autorizzato a esercitare alcuna altra attività economica oltre a quelle assegnategli dalla presente legge.

<sup>4</sup> Pubblica annualmente un rapporto d'attività e il conto annuale.

**Art. 85** Trattamento dei dati da parte dell'organo di riscossione

<sup>1</sup> Il trattamento dei dati e la relativa sorveglianza sono retti dalle disposizioni della legge federale del 19 giugno 1992<sup>22</sup> sulla protezione dei dati.

<sup>2</sup> Per accertare l'esenzione dal canone conformemente all'articolo 81 capoverso 1 lettera a, l'organo di riscossione può trattare dati che permettono di trarre conclusioni sullo stato di salute di una persona e sulle misure d'aiuto sociale di cui questa beneficia.

<sup>3</sup> Per proteggere i dati da un trattamento non autorizzato l'organo di riscossione prende i provvedimenti tecnici e organizzativi necessari. Può trattare i dati di cui è venuta a conoscenza nell'ambito delle attività disciplinate dalla presente legge unicamente ai fini della riscossione e dell'incasso del canone; può comunicarli a terzi unicamente per tali fini.

<sup>4</sup> I dati che permettono di trarre conclusioni sullo stato di salute di una persona e sulle misure d'aiuto sociale di cui questa beneficia non possono essere comunicati a terzi. Possono essere registrati presso terzi a condizione che il contenuto sia in forma criptata. Soltanto l'organo di riscossione ha la facoltà di rimuovere il criptaggio.

<sup>5</sup> Le persone incaricate di compiti di manutenzione, esercizio o programmazione possono trattare i dati di cui al capoverso 3 contenuti nei sistemi d'informazione se ciò è necessario per adempiere i loro compiti e se la sicurezza dei dati è garantita. Il contenuto dei dati non può essere modificato.

<sup>6</sup> Se i compiti secondo l'articolo 83 sono trasferiti a un altro organo di riscossione, l'organo di riscossione attuale trasmette tempestivamente e gratuitamente al subentrante, in forma elettronica, i dati necessari per la riscossione e l'incasso. Dopo la trasmissione deve eliminare i dati non più necessari.

<sup>18</sup> RS 831.30  
<sup>19</sup> RS 192.12  
<sup>20</sup> RS 172.021  
<sup>21</sup> RS 281.1  
<sup>22</sup> RS 235.1

**Art. 86** Acquisizione dei dati sulle economie domestiche di tipo privato e le collettività

<sup>1</sup> L'organo di riscossione acquisisce i dati relativi alle economie domestiche di tipo privato e alle collettività nonché ai loro componenti, necessari alla riscossione del canone, dai registri seguenti:

- a. i registri cantonali e comunali degli abitanti (art. 2 cpv. 2 lett. a LArRa<sup>23</sup>);
- b. il sistema d'informazione Ordipro del Dipartimento federale degli affari esteri (art. 2 cpv. 1 lett. c LArRa).

<sup>2</sup> L'organo di riscossione acquisisce i dati tramite la piattaforma informatica e di comunicazione della Confederazione di cui all'articolo 10 capoverso 3 LArRa.

<sup>3</sup> I Cantoni e i Comuni mettono a disposizione dell'organo di riscossione in forma criptata i dati dei loro registri degli abitanti, nella forma e con la periodicità richieste, tramite la piattaforma informatica e di comunicazione della Confederazione.

<sup>4</sup> L'organo di riscossione può utilizzare sistematicamente il numero d'assicurato di cui all'articolo 50c della legge federale del 20 dicembre 1946<sup>24</sup> sull'assicurazione per la vecchiaia e per i superstiti (LAVS) per:

- a. adempiere i suoi compiti in relazione alla riscossione del canone;
- b. ottenere precisazioni da Comuni e Cantoni riguardo ai dati forniti.

<sup>5</sup> Il Consiglio federale determina quali dati l'organo di riscossione può acquisire conformemente al capoverso 1. Disciplina i dettagli concernenti il volume nonché la preparazione dei dati, la periodicità della loro fornitura.

**Capitolo 3: Canone a carico delle imprese****Art. 87** Obbligo per le imprese di pagare il canone

<sup>1</sup> Un'impresa soggiace all'obbligo di pagare il canone se nel periodo fiscale secondo l'articolo 34 della legge del 12 giugno 2009<sup>25</sup> sull'IVA (LIVA) conclusosi l'anno civile precedente ha raggiunto la cifra d'affari minima stabilita dal Consiglio federale.

<sup>2</sup> È considerato come un'impresa chiunque abbia sede, domicilio o stabilimento d'impresa in Svizzera e sia iscritto nel registro dei contribuenti IVA dell'AFC.

<sup>3</sup> Per cifra d'affari s'intende la cifra d'affari complessiva dell'impresa, al netto dell'IVA, da dichiararsi conformemente alla LIVA, indipendentemente dalla sua qualifica sotto il profilo dell'IVA. Se è applicata l'imposizione di gruppo, è determinante la cifra d'affari complessiva del gruppo d'imposizione IVA.

<sup>4</sup> Il Consiglio federale può prevedere che i servizi delle collettività pubbliche e le imprese possano riunire per il versamento del canone a carico delle imprese, a condizione che adempiano le condizioni di cui all'articolo 12 capoverso 2 e 13 LIVA.

<sup>5</sup> Il Consiglio federale definisce la cifra d'affari minima in modo da esentare dal canone le piccole imprese.

<sup>6</sup> L'importo del canone è stabilito in base alla cifra d'affari. Il Consiglio federale stabilisce diversi livelli di cifre d'affari con una tariffa per ogni livello (categorie tariffarie).

<sup>7</sup> Per le imprese che si trovano nella categoria tariffaria più bassa, che nell'anno di pagamento del canone conseguono una perdita o soltanto un profitto esiguo, il Consiglio federale può prevedere il rimborso del canone versato.

**Art. 88** Riscossione del canone a carico delle imprese

<sup>1</sup> Il canone è riscosso dall'AFC.

<sup>2</sup> L'AFC determina ogni anno la categoria tariffaria di ogni impresa assoggettata e fattura il relativo canone.

<sup>3</sup> Se l'impresa non ha allestito un rendiconto IVA o se lo stesso è manifestamente incompleto, l'AFC la classifica secondo il suo libero apprezzamento.

<sup>4</sup> Se non è temporaneamente possibile determinare la categoria tariffaria per il periodo fiscale conclusosi l'anno civile precedente, l'AFC riscuote il canone non appena la categoria tariffaria è stata determinata.

<sup>5</sup> Le domande di rimborso secondo l'articolo 87 capoverso 7 vanno presentate per via elettronica mediante il modulo elettronico prescritto dall'AFC.

**Art. 89** Esigibilità, prescrizione ed esecuzione

<sup>1</sup> Il canone è esigibile 60 giorni dopo la fatturazione. In caso di pagamento tardivo è addebitato, senza sollecito, un interesse di mora annuo del 5 per cento.

<sup>2</sup> Se il debitore del canone fa opposizione, l'AFC emana una decisione sull'ammontare del canone dovuto ed elimina allo stesso tempo l'opposizione conformemente all'articolo 79 LEF<sup>26</sup>.

<sup>3</sup> Se la persona soggetta al canone contesta la richiesta, la collocazione definitiva non si opera finché non sussiste una decisione passata in giudicato.

<sup>4</sup> L'AFC può compensare il canone dovuto con i rimborsi dell'IVA.

<sup>5</sup> Il canone si prescrive in cinque anni dall'esigibilità.

<sup>23</sup> RS 431.02

<sup>24</sup> RS 831.10

<sup>25</sup> RS 641.20

<sup>26</sup> RS 281.1



<sup>6</sup> La garanzia del canone è retta dagli articoli 93–95 LIVA<sup>27</sup>. Alla responsabilità solidale e alla successione fiscale si applicano gli articoli 15 e 16 LIVA.

<sup>7</sup> La procedura è retta dalla PA<sup>28</sup>.

#### **Art. 90** Relazione dell'AFC

<sup>1</sup> Nella sua contabilità l'AFC separa l'attività legata alla riscossione del canone dalle altre attività.

<sup>2</sup> Pubblica ogni anno il conto annuale e una relazione sull'attività relativa alla riscossione del canone.

#### **Art. 91** Trattamento dei dati e obbligo del segreto

<sup>1</sup> L'AFC può trattare i dati necessari per l'adempimento dei compiti previsti dalla presente legge. Si applicano le disposizioni della LIVA<sup>29</sup> sul trattamento dei dati.

<sup>2</sup> L'obbligo del segreto e le relative eccezioni di cui all'articolo 74 LIVA si applicano anche nell'ambito della riscossione del canone.

### **Titolo nono: Commissione per i media elettronici**

#### **Art. 92** Composizione

<sup>1</sup> La Commissione per i media elettronici (COMME) è composta da cinque a sette esperti indipendenti.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale nomina i membri e designa la presidenza.

<sup>3</sup> Non possono appartenere alla COMME:

- a. i membri dell'Assemblea federale;
- b. il personale dell'Amministrazione federale centrale e decentralizzata;
- c. i membri degli organi e gli impiegati della SSR nonché delle imprese che essa detiene;
- d. i membri di organi e gli impiegati di un fornitore svizzero di media che ha stipulato un accordo sulle prestazioni con la COMME, che si candida a un tale accordo o vi si è candidato negli ultimi due anni civili, nonché di imprese detenute dal fornitore di media.

<sup>4</sup> Se un membro della COMME decide di assumere una funzione di cui al capoverso 3, esso si ritira dalla COMME al più tardi quattro mesi dopo l'accertamento dell'incompatibilità.

#### **Art. 93** Compiti

<sup>1</sup> La COMME svolge, conformemente alla presente legge, i compiti che non sono assegnati esplicitamente a un'altra autorità. Tra questi rientrano in particolare:

- a. l'assegnazione della concessione alla SSR (art. 21);
- b. la stipula di accordi sulle prestazioni con altri fornitori di media (art. 46);
- c. la verifica dell'adempimento dei mandati di prestazione (art. 43 e 59);
- d. la vigilanza generale (art. 97);
- e. la sorveglianza finanziaria (art. 44 e 60);
- f. l'assegnazione di sovvenzioni per il sostegno indiretto ai media (art. 71-74);
- g. la pronuncia di divieti di trasmissione (art. 111 cpv. 4).

<sup>2</sup> La COMME presenta annualmente un rapporto d'attività al Consiglio federale.

<sup>3</sup> Pubblica annualmente un rapporto finanziario consolidato sui proventi del canone per i media elettronici e sul loro utilizzo. Il Consiglio federale disciplina i dettagli.

#### **Art. 94** Indipendenza

La COMME è indipendente, non è pertanto vincolata ad alcuna direttiva.

#### **Art. 95** Organizzazione

<sup>1</sup> La COMME si organizza da sé.

<sup>2</sup> Dispone di una propria segreteria.

<sup>3</sup> Emanando un regolamento sulla propria organizzazione e gestione. Può delegare l'emissione di provvedimenti precauzionali e decisioni di portata inferiore a un comitato o alla segreteria.

<sup>4</sup> A livello amministrativo la COMME è subordinata al DATEC.

<sup>27</sup> RS 641.20

<sup>28</sup> RS 172.021

<sup>29</sup> RS 641.20

**Art. 96** Segreteria

<sup>1</sup> La COMME disciplina i compiti della segreteria nel suo regolamento.

<sup>2</sup> La direzione è nominata dalla COMME; la nomina necessita l'approvazione del Consiglio federale.

<sup>3</sup> Il comitato direttivo è responsabile della segreteria. Nomina il personale.

<sup>4</sup> La segreteria prepara gli affari della COMME. In particolare cerca informazioni, organizza bandi, dirige trattative, esegue le inchieste ed emana le necessarie decisioni di procedura. Essa presenta proposte alla COMME e ne esegue le decisioni. Tratta direttamente con gli interessati, i terzi e le autorità.

<sup>5</sup> Il rapporto di lavoro del personale della segreteria è retto dalla legislazione sul personale federale.

**Titolo decimo: Vigilanza e rimedi giuridici****Capitolo 1: Vigilanza generale****Art. 97** Principi

<sup>1</sup> Sempreché la presente legge non preveda altrimenti, la COMME vigila sull'osservanza della presente legge e delle sue disposizioni d'esecuzione nonché delle pertinenti convenzioni internazionali.

<sup>2</sup> Non sono ammessi né provvedimenti di vigilanza che concernono la produzione e la preparazione delle offerte mediatiche né meri controlli d'opportunità.

<sup>3</sup> Sempreché la presente legge non preveda altrimenti, si applicano le disposizioni della PA<sup>30</sup>.

**Art. 98** Registrazione e conservazione dei contributi mediatici

<sup>1</sup> I fornitori svizzeri di media devono registrare tutte le offerte mediatiche e conservare le registrazioni, unitamente ai relativi materiali e documenti, per almeno quattro mesi.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale disciplina la durata e la portata dell'obbligo di registrazione e di conservazione delle offerte mediatiche non lineari in funzione delle possibilità tecniche e di quanto può essere ragionevolmente preteso.

<sup>3</sup> Se, durante il periodo di conservazione, è presentato reclamo presso l'organo di mediazione o è interposto ricorso presso l'AIR oppure è aperto d'ufficio un procedimento di vigilanza, le registrazioni, i materiali e i documenti relativi devono essere conservati sino al termine del procedimento.

**Art. 99** Obbligo di informazione

<sup>1</sup> I fornitori di media sono tenuti a fornire gratuitamente all'autorità competente le informazioni e i documenti di cui essa necessita nell'ambito della sua attività di regolamentazione e di vigilanza.

<sup>2</sup> Sottostanno all'obbligo di informazione anche le persone fisiche e giuridiche:

- a. presso le quali il fornitore di media detiene una partecipazione rilevante o che detengono una partecipazione rilevante presso il fornitore di media e sono attive sul mercato dei media elettronici o in mercati affini;
- b. che acquisiscono pubblicità o sponsorizzazioni per conto del fornitore di media;
- c. che producono per il fornitore di media la maggior parte dell'offerta mediatica;
- d. che organizzano un avvenimento pubblico secondo l'articolo 10;
- e. che sono tenute a diffondere le offerte mediatiche o che le elaborano.

<sup>3</sup> Il diritto di rifiutare la comunicazione di informazioni o la consegna di documenti è retto dall'articolo 16 PA<sup>31</sup>.

**Art. 100** Misure in caso di violazione del diritto

Se, nell'ambito del suo obbligo generale di vigilanza, la competente autorità di vigilanza accerta una violazione del diritto, essa può esigere che la persona fisica o giuridica responsabile della violazione:

- a. vi ponga rimedio e prenda i provvedimenti necessari per evitare il ripetersi della violazione;
- b. la informi sulle misure prese;
- c. versi alla Confederazione i proventi conseguiti illecitamente.

**Art. 101** Sanzioni amministrative

<sup>1</sup> L'autorità di vigilanza può condannare a versare un importo che può raggiungere il 10 per cento della cifra d'affari annua media realizzata in Svizzera nel corso degli ultimi tre esercizi, chiunque:

- a. viola una decisione passata in giudicato dell'autorità di vigilanza o dell'autorità di ricorso;
- b. viola le prescrizioni concernenti la pubblicità e la sponsorizzazione contenute nella presente legge (art. 7, 8, 13-19 e 27), nelle disposizioni d'esecuzione o nelle pertinenti convenzioni internazionali;
- c. viola le prescrizioni sull'obbligo di diffusione (art. 64);

<sup>30</sup> RS 172.021

<sup>31</sup> RS 172.021

- d. non accorda il diritto alla sintesi di avvenimenti pubblici (art. 10);
- e. non accorda il libero accesso ad avvenimenti di grande importanza sociale (art. 11).

<sup>2</sup> Può essere condannato a versare un importo sino a 10 000 franchi chiunque non adempie uno dei seguenti obblighi o lo fa in modo tardivo o incompleto, oppure, in tal ambito, fornisce false indicazioni:

- a. obbligo di diffondere comunicati urgenti (art. 20 cpv. 4 e 69);
- b. obbligo di informazione (art. 99);
- c. obbligo di relazione (art. 42 e 58);
- d. obbligo di registrazione e di conservazione delle offerte mediatiche (art. 98).

#### **Art. 102** Informazione del pubblico

<sup>1</sup> Le competenti autorità di vigilanza informano il pubblico sulla loro attività. Possono pubblicare le loro decisioni e renderle accessibili mediante procedura di richiamo.

<sup>2</sup> Le autorità di vigilanza sono tenute al segreto d'affari.

#### **Art. 103** Protezione dei dati

<sup>1</sup> Le autorità di vigilanza possono trattare dati degni di particolare protezione se ciò è necessario per adempiere i compiti imposti dalla presente legge.

<sup>2</sup> Il trattamento dei dati da parte delle autorità di vigilanza e la vigilanza sul medesimo sono disciplinati dalle disposizioni applicabili agli organi della Confederazione in virtù della legge federale del 19 giugno 1992<sup>32</sup> sulla protezione dei dati.

## **Capitolo 2: Vigilanza sul contenuto dei contributi mediatici e diritto di ripresa nell'offerta mediatica**

### **Sezione 1: Procedura di reclamo dinanzi all'organo di mediazione**

#### **Art. 104** Reclamo

<sup>1</sup> Chiunque può presentare un reclamo al competente organo di mediazione (art. 117):

- a. contro il contenuto di un contributo mediatico pubblicato, per violazione degli articoli 7, 8 e 20 capoverso 1;
- b. contro il rifiuto da parte di un fornitore di media di riprendere determinate rappresentazioni o informazioni nella propria offerta mediatica, se un diritto costituzionale o umano lo prevede (diritto di ripresa nell'offerta mediatica).

<sup>2</sup> Il reclamo deve essere presentato entro 20 giorni dalla pubblicazione del contributo in questione o dal rifiuto di ripresa nell'offerta mediatica.

<sup>3</sup> Se il reclamo concerne più contributi mediatici, il termine decorre dalla pubblicazione dell'ultimo contributo. Nondimeno, tra il primo e l'ultimo contributo contestato non devono intercorrere più di tre mesi.

<sup>4</sup> Il reclamo dev'essere presentato per scritto, brevemente motivato e, se concerne contributi mediatici non lineari, deve essere documentato.

#### **Art. 105** Trattazione

<sup>1</sup> L'organo di mediazione esamina il reclamo e funge da mediatore tra le parti. In particolare può:

- a. discutere la questione con il fornitore di media in questione o, nei casi di lieve gravità, trasmettergli la pratica per disbrigo diretto;
- b. organizzare un incontro diretto fra le parti;
- c. fare raccomandazioni al fornitore di media.

<sup>2</sup> L'organo di mediazione non ha poteri decisionali e non può impartire istruzioni.

<sup>3</sup> Informa le parti sulle diverse competenze, la normativa applicabile e le vie legali.

<sup>4</sup> Al più tardi 40 giorni dopo il deposito del reclamo, l'organo di mediazione conclude la procedura e informa per iscritto le parti sul risultato.

<sup>5</sup> Con il consenso delle parti, il disbrigo può essere verbale.

<sup>6</sup> Dopo la conclusione della procedura, l'organo di mediazione fattura i costi al fornitore di media. Nel caso di reclamo temerario l'AIR può, su richiesta dell'organo di mediazione o del fornitore di media, adossare le spese di procedura al reclamante.

### **Sezione 2: Procedura di reclamo dinanzi all'Autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici**

#### **Art. 106** Oggetto e motivo del ricorso

Presso l'autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici (AIR) può essere interposto ricorso contro il contenuto di contributi mediatici e contro il rifiuto di ripresa nell'offerta mediatica per gli stessi motivi che danno diritto a un reclamo secondo l'articolo 99 capoverso 1.

<sup>32</sup> RS 235.1

**Art. 107** Diritto di ricorso

<sup>1</sup> Possono interporre ricorso contro il contenuto di un contributo mediatico:

- a. le persone che dimostrano di avere uno stretto legame con il contenuto e hanno partecipato alla procedura di reclamo dinanzi all'organo di mediazione;
- b. le persone fisiche che non hanno uno stretto legame con il contenuto del contributo mediatico contestato, a condizione che:
  1. si tratti almeno di 20 persone,
  2. abbiano tutte almeno 18 anni,
  3. abbiano tutte la cittadinanza svizzera o siano titolari di un permesso di domicilio o di dimora,
  4. almeno una di esse abbia partecipato alla procedura di reclamo dinanzi all'organo di mediazione.
- c. il DATEC;
- d. la COMME.

<sup>2</sup> Può interporre ricorso contro il rifiuto di ripresa nell'offerta mediatica chi pur chiedendo l'accesso non lo ha ottenuto e ha partecipato alla procedura di reclamo dinanzi all'organo di mediazione.

**Art. 108** Termine e forma del ricorso

<sup>1</sup> Il ricorso deve essere presentato per iscritto all'AIR entro 30 giorni dal ricevimento del rapporto dell'Organo di mediazione sul risultato della procedura di ricorso. Al ricorso va allegato il rapporto dell'organo di mediazione.

<sup>2</sup> Per ricorsi del DATEC e della COMME il termine decorre dalla pubblicazione del contributo mediatico in questione.

<sup>3</sup> Il ricorso deve indicare brevemente in cosa consiste la violazione del diritto contestata.

**Art. 109** Inammissibilità dei provvedimenti cautelari

Nei procedimenti dinnanzi all'AIR non possono essere disposti provvedimenti cautelari.

**Art. 110** Entrata nel merito e scambio di scritti

<sup>1</sup> Se vi è un interesse pubblico a una decisione, l'AIR entra nel merito anche dei ricorsi che non adempiono tutte le condizioni formali, purché tempestivi. In tal caso il ricorrente non ha diritti di parte.

<sup>2</sup> L'AIR invita il fornitore di media a pronunciarsi a meno che il ricorso non è manifestamente inammissibile o infondato.

<sup>3</sup> L'AIR può rifiutare o sospendere l'esame di un ricorso se i rimedi di diritto civile o penale permangono possibili o non sono stati utilizzati oppure se nello stesso affare è in corso una procedura amministrativa.

**Art. 111** Decisione

<sup>1</sup> Le deliberazioni dell'AIR sono pubbliche, a condizione che non vi si oppongano interessi privati degni di protezione.

<sup>2</sup> L'AIR accerta se è stato violato il diritto nel quadro dei motivi di reclamo ammissibili.

<sup>3</sup> L'AIR può chiedere che la COMME completi la concessione o l'accordo sulle prestazioni con condizioni o receda dall'accordo sulle prestazioni (art. 45 cpv. 2 e art. 61).

<sup>4</sup> In caso di ripetute e gravi violazioni degli obblighi secondo l'articolo 7 e 8 riguardanti i programmi televisivi senza mandato di prestazioni, può proporre alla COMME di irrogare un divieto di diffusione (art. 93).

**Art. 112** Spese

<sup>1</sup> La procedura di ricorso dinanzi all'AIR è gratuita.

<sup>2</sup> In caso di ricorso temerario, al ricorrente possono essere addossate le spese di procedura.

**Sezione 3: Autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici****Art. 113** Composizione

<sup>1</sup> L'autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici (AIR) si compone di nove membri che esercitano la loro funzione a titolo accessorio.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale nomina i membri dell'Autorità di ricorso e ne designa la presidenza.

<sup>3</sup> Non possono far parte dell'Autorità di ricorso:

- a. i membri dell'Assemblea federale;
- b. il personale dell'Amministrazione federale centrale e decentralizzata;
- c. i membri degli organi e gli impiegati delle imprese mediatiche svizzere.

<sup>4</sup> Se un membro dell'AIR decide di assumere una funzione di cui al capoverso 3, esso si ritira dall'AIR al più tardi quattro mesi dopo l'accertamento dell'incompatibilità.

**Art. 114**      Indipendenza

L'AIR è indipendente e non è vincolata ad alcuna istruzione.

**Art. 115**      Organizzazione

<sup>1</sup> L'AIR si organizza da sé.

<sup>2</sup> Adotta un regolamento sulla propria organizzazione e gestione. Il regolamento dev'essere approvato dal Consiglio federale.

<sup>3</sup> L'AIR dispone di una propria segreteria. Essa ne disciplina i compiti nel regolamento di cui al capoverso 2.

<sup>4</sup> Il rapporto di servizio del personale della segreteria è retto dalla legislazione sul personale federale.

**Art. 116**      Rapporto d'attività

L'AIR presenta annualmente un rapporto d'attività al Consiglio federale.

**Sezione 4: Organi di mediazione****Art. 117**

<sup>1</sup> L'AIR designa per ciascuna delle regioni linguistiche, ossia germanofona, francofona, italofona e romanciofona, un organo di mediazione indipendente.

<sup>2</sup> Gli organi di mediazione sono sottoposti alla vigilanza dell'AIR.

**Capitolo 3: Rimedi giuridici****Art. 118**

<sup>1</sup> La tutela giurisdizionale è retta dalle disposizioni generali sull'amministrazione della giustizia federale.

<sup>2</sup> Contro le decisioni dell'organo di riscossione può essere interposto ricorso all'UFCOM.

<sup>3</sup> Contro le decisioni dell'AIR può essere interposto direttamente ricorso al Tribunale federale.

**Titolo undicesimo: Emolumenti amministrativi****Art. 119**

<sup>1</sup> Le autorità competenti riscuotono emolumenti amministrativi a copertura dei costi in particolare per:

- a. il rilascio, la modifica e la soppressione della concessione;
- b. le decisioni in materia di vigilanza;
- c. l'emanazione di decisioni amministrative, fatto salvo il capoverso 2;
- d. la trattazione di richieste.
- e. la trattazione di ricorsi temerari secondo l'articolo 112 capoverso 2.

<sup>2</sup> Non sono riscossi emolumenti amministrativi:

- a. presso i fornitori di media con un accordo sulle prestazioni secondo l'articolo 44, a condizione che si tratti delle spese per la conclusione, la modifica o l'annullamento di un accordo sulle prestazioni, e che non si tratti di una misura di vigilanza;
- b. per decisioni che concernono solo una sovvenzione.

<sup>3</sup> L'autorità competente può comunque riscuotere l'emolumento se con il suo comportamento il fornitore o il destinatario della decisione genera un onere straordinario.

<sup>4</sup> Il Consiglio federale determina le aliquote degli emolumenti. Mira a coprire completamente le spese con i proventi degli emolumenti. Per i fornitori di media che propongono un'offerta senza pubblicità o conseguono introiti esigui prevede emolumenti ridotti.

<sup>5</sup> L'autorità competente può esigere un'adeguata garanzia dalle persone assoggettate.

**Titolo dodicesimo: Disposizioni finali****Capitolo 1: Esecuzione, nonché abrogazione e modifica di altri atti****Art. 120**      Esecuzione

<sup>1</sup> Il Consiglio federale emana le disposizioni d'esecuzione. Sono fatte salve le disposizioni relative a contenuto, portata e adempimento di prestazioni informative della SSR e dei fornitori di media con un accordo sulle prestazioni.

<sup>2</sup> Può delegare al DATEC il compito di emanare le prescrizioni amministrative e tecniche.

**Art. 121** Accordi internazionali

<sup>1</sup> Il Consiglio federale può delegare al DATEC o all'UFCOM la facoltà di concludere autonomamente accordi internazionali dal contenuto amministrativo o tecnico.

**Art. 122** Abrogazione e modifica di altri atti

L'abrogazione e la modifica di altri atti sono disciplinate nell'allegato.

**Capitolo 2: Disposizioni transitorie****Art. 123** Concessioni secondo il diritto anteriore

<sup>1</sup> La concessione della SSR nonché altre concessioni con mandato di prestazioni e quota di partecipazione al canone, rilasciate in base all'articolo xxx della legge federale del 24 marzo 2006<sup>33</sup> sulla radiotelevisione (LRTV) sono valide sino alla loro scadenza.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale può prorogare la concessione della SSR per al massimo due anni dall'entrata in vigore della presente legge, il DATEC può prorogare le altre concessioni.

<sup>3</sup> Le emittenti con mandato di prestazioni e quota di partecipazione al canone possono in ogni momento rinunciare alla propria concessione.

<sup>4</sup> Fintanto che una concessione rimane valevole soggiace alla LRTV.

**Art. 124** Concessioni di radiocomunicazione

Una concessione di radiocomunicazione per la diffusione via etere terrestre in modalità analogica, attribuita a emittenti secondo l'articolo 123, vige per la stessa durata della rispettiva concessione per l'emittenza.

**Art. 125** Impiego del canone per i media elettronici

<sup>1</sup> Sino alla scadenza delle concessioni secondo l'articolo 123 i mandati di prestazione e la sottotitolazione previsti conformemente al diritto anteriore (art. 68a cpv. 1 lett. a, b ed e LRTV 2006) saranno finanziati tramite i proventi del canone per i media elettronici.

<sup>2</sup> Per i primi due anni dall'entrata in vigore della presente legge, la COMME rinuncia a emanare raccomandazioni in merito al fabbisogno necessario per l'importo del canone (art. 78 cpv. 1).

<sup>3</sup> Se al momento di stabilire per la prima volta l'importo del canone per i media elettronici rimangono ancora risorse provenienti dal canone radiotelevisivo, queste vengono trasposte nel nuovo sistema e computate.

**Art. 126** Procedimenti di sorveglianza pendenti

<sup>1</sup> Le autorità competenti secondo il diritto anteriore giudicano secondo il diritto anteriore, incluso il diritto procedurale anteriore, i procedimenti di sorveglianza.

- a. in corso al momento dell'entrata in vigore della presente legge; o
- b. che devono essere avviati fintanto che le concessioni anteriori di cui all'articolo 123 sono ancora in vigore.

**Capitolo 3: Referendum ed entrata in vigore****Art. 127**

<sup>1</sup> La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

<sup>2</sup> Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

<sup>33</sup> RU 2007 737, 2010 371, 2015 3977, 2016 689 2131

I

La legge federale del 24 marzo 2006<sup>34</sup> sulla radiotelevisione è abrogata.

II

Le leggi federali qui appresso sono modificate come segue:

### 1. Legge del 13 dicembre 2002<sup>35</sup> sui disabili (LDis)

Art. 9 cpv. 3 lett. d n. 3  
Abrogato

### 2. Legge del 17 giugno 2005<sup>36</sup> sul Tribunale federale

Art. 83 lett. p frase introduttiva

Il ricorso è inammissibile contro:

- p. le decisioni del Tribunale amministrativo federale in materia di traffico delle telecomunicazioni e poste concernenti:

Art. 86 cpv. 1 lett. c

<sup>1</sup> Il ricorso è ammissibile contro le decisioni:

- c. dell'autorità indipendente di ricorso in materia di media elettronici;

### 3. Legge federale del 9 ottobre 1992<sup>37</sup> sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini

Art. 22a cpv. 2 frase introduttiva

<sup>1</sup> Fatto salvo il capoverso 3, i seguenti diritti sulle opere d'archivio degli organismi di diffusione possono essere esercitati soltanto tramite società di gestione autorizzate:

Art. 24b cpv. 1

<sup>1</sup> Il diritto di riprodurre opere musicali non teatrali può essere esercitato solo per il tramite di una società di gestione autorizzata se i supporti audio e audiovisivi disponibili in commercio sono utilizzati ai fini di diffusione dagli organismi di diffusione.

### 4. Legge del 14 dicembre 2001<sup>38</sup> sul cinema

Art. 19 cpv. 3

<sup>3</sup> È esclusa la commercializzazione da parte di emittenti televisive in programmi di cui all'articolo 3 lettera e della legge del xx<sup>39</sup> sui media elettronici.

### 5. Legge del 12 giugno 2009<sup>40</sup> sull'IVA

Art. 25 cpv. 2 lett. b

<sup>2</sup> L'imposta ammonta al 2,5 per cento (aliquota ridotta):

- b. sulle prestazioni di servizi dei fornitori di media con mandato di prestazioni secondo la legge del xx<sup>41</sup> sui media elettronici, tranne quelle aventi carattere commerciale;

Art. 75 cpv. 2

<sup>2</sup> Le autorità amministrative della Confederazione, gli stabilimenti e le aziende federali autonomi, nonché tutte le altre autorità dei Cantoni, distretti, circoli e Comuni non menzionate nel capoverso 1 hanno l'obbligo di fornire informazioni all'AFC se le informazioni richieste possono essere rilevanti per l'esecuzione della presente legge, per la riscossione dell'imposta secondo la presente legge e per la riscossione del canone per le imprese secondo la legge del xx<sup>42</sup> sui media elettronici; tali informazioni devono essere fornite gratuitamente. Su richiesta, occorre fornire gratuitamente i documenti all'AFC.

<sup>34</sup> RU 2007 737, 2010 371, 2015 3977, 2016 689 2131

<sup>35</sup> RS 151.3

<sup>36</sup> RS 173.110

<sup>37</sup> RS 231.1

<sup>38</sup> RS 443.1

<sup>39</sup> RS ...

<sup>40</sup> RS 641.20

<sup>41</sup> RS ...

<sup>42</sup> RS ...

*Art. 88 cpv. 2 lett. d*

<sup>2</sup> Sono fatti salvi:

- d. la compensazione dell'eccedenza con canoni dovuti secondo l'articolo 84 capoverso 4 della legge federale del xx<sup>43</sup> sui media elettronici.

## **6. Legge del 21 giugno 1932<sup>44</sup> sull'alcool [in revisione]**

*Art. 42b cpv. 3 lett. a*

<sup>3</sup> La pubblicità per le bevande distillate è vietata:

- a. nei media elettronici ai sensi della legge federale del xx<sup>45</sup> sui media elettronici nonché alla radio;

## **7. Legge del 30 aprile 1997<sup>46</sup> sulle telecomunicazioni**

*Art. 2*

La presente legge disciplina la trasmissione di informazioni mediante telecomunicazione, inclusa la trasmissione di offerte mediatiche, per quanto la legge federale del xx<sup>47</sup> sui media elettronici (LME) non disponga altrimenti.

## **8. Legge del 20 giugno 2014<sup>48</sup> sulle derrate alimentari**

*Art. 14 cpv. 3 lett. a*

<sup>3</sup> Sono fatte salve le restrizioni alla consegna e alla pubblicità stabilite dalle seguenti leggi:

- a. Legge federale del xx<sup>49</sup> sui media elettronici;

<sup>43</sup> RS ...

<sup>44</sup> RS **680**

<sup>45</sup> RS ...

<sup>46</sup> RS **784.10**

<sup>47</sup> RS ...

<sup>48</sup> RS **817.0**

<sup>49</sup> RS ...