

# Ordinanza sulla radiotelevisione (ORTV)

## Modifica del 12 marzo 2010

---

*Il Consiglio federale svizzero  
ordina:*

I

L'ordinanza del 9 marzo 2007<sup>1</sup> sulla radiotelevisione è modificata come segue:

*Sostituzione di espressioni*

*In tutto il testo:*

- a. *la denominazione abbreviata «Ufficio federale» è sostituita, con i necessari adeguamenti grammaticali, con l'abbreviazione «UFCOM»;*
- b. *la denominazione abbreviata «Dipartimento» è sostituita, con i necessari adeguamenti grammaticali, con l'abbreviazione «DATEC».*

*Art. 6 cpv. 1*

<sup>1</sup> L'obbligo di promuovere i film svizzeri e i film coprodotti dalla Svizzera e dall'estero si applica alle emittenti di programmi televisivi nazionali o destinati alle regioni linguistiche:

- a. *i cui programmi svizzeri o programmi mantello esteri propongono lungometraggi, documentari o film d'animazione;*
- b. *le cui spese d'esercizio annue superano 200 000 franchi;*
- c. *che non trasmettono alcun programma a diffusione limitata.*

*Art. 8 cpv. 2*

<sup>2</sup> L'UFCOM esonera le emittenti di programmi televisivi dall'obbligo di adattare i programmi alle esigenze dei disabili se le spese d'esercizio annue da esse sostenute sono inferiori a 200 000 franchi, se i programmi trasmessi non si prestano all'adattamento o se la diffusione di un programma è limitata.

*Art. 12 cpv. 1<sup>bis</sup> e 2*

<sup>1bis</sup> Si può eccezionalmente rinunciare al segnale di separazione per gli spot pubblicitari di una durata massima di dieci secondi e diffusi isolatamente secondo l'arti-

<sup>1</sup> RS 784.401

colo 18 capoverso 1, se tali messaggi sono costantemente e chiaramente riconoscibili mediante la dicitura «pubblicità».

<sup>2</sup> Le trasmissioni pubblicitarie televisive che costituiscono un'unità a sé stante e durano più di 60 secondi devono essere costantemente e chiaramente riconoscibili mediante la dicitura «pubblicità».

#### *Art. 18*                    Inserimento della pubblicità

(art. 11 cpv. 1 e 13 cpv. 2 LRTV)

<sup>1</sup> Gli spot pubblicitari possono essere diffusi isolatamente tra una trasmissione e l'altra e durante la trasmissione di manifestazioni sportive.

<sup>2</sup> Le seguenti trasmissioni possono essere interrotte da pubblicità una volta per ogni periodo programmato di almeno 30 minuti:

- a. i lungometraggi cinematografici;
- b. i telefilm, ad esclusione delle serie, dei seriali e dei documentari;
- c. i notiziari e le trasmissioni di attualità politica.

<sup>3</sup> Non è ammesso interrompere con pubblicità le trasmissioni per bambini e la trasmissione di servizi religiosi.

<sup>4</sup> A tutte le altre trasmissioni, in particolare serie, seriali e documentari, non si applicano restrizioni.

<sup>5</sup> Durante la trasmissione di avvenimenti che includono pause, la pubblicità può essere inserita, oltre ai casi previsti dal capoverso 2, solo nelle pause.

<sup>6</sup> Nelle trasmissioni composte di parti autonome, l'inserimento della pubblicità è autorizzato soltanto fra queste parti.

<sup>7</sup> Ai programmi radiofonici senza concessione, nonché a quelli televisivi senza concessione che non possono essere captati all'estero non si applicano le restrizioni in materia di inserimento della pubblicità, ad eccezione della restrizione di cui al capoverso 3.

#### *Art. 19*                    Durata della pubblicità

(art. 11 cpv. 2 LRTV)

<sup>1</sup> Gli spot pubblicitari non devono superare il 15 per cento del tempo d'antenna quotidiano e 12 minuti in un'ora d'orologio.

<sup>2</sup> Ai programmi radiofonici senza concessione, nonché a quelli televisivi senza concessione che non possono essere captati all'estero non si applicano le restrizioni riguardo alla durata della pubblicità.

#### *Art. 20*                    Citazione dello sponsor

(art. 12 cpv. 2 e 3, nonché 13 cpv. 4 LRTV)

<sup>1</sup> Le trasmissioni sponsorizzate devono essere identificate come tali. A tal fine si può utilizzare, per esempio, il nome, il logo, un simbolo o un riferimento a prodotti e servizi dello sponsor.

<sup>2</sup> Ogni citazione dello sponsor deve stabilire un rapporto esplicito tra lo sponsor e la trasmissione.

<sup>3</sup> La citazione dello sponsor non può indurre direttamente alla conclusione di un negozio giuridico riguardante beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi.

<sup>4</sup> Durante la diffusione di una trasmissione televisiva è consentito ricordare brevemente il rapporto di sponsorizzazione (insert). Lo sponsor può essere citato una volta ogni dieci minuti. Nelle trasmissioni per bambini gli insert sono vietati.

#### *Art. 21*                    Inserimento di prodotti

(art. 9 cpv. 1, 12 cpv. 3 e 13 cpv. 4 LRTV)

<sup>1</sup> I beni e i servizi messi a disposizione da uno sponsor possono essere integrati nella trasmissione (inserimento di prodotti). All'inserimento di prodotti si applicano le norme sulla sponsorizzazione, sempre che il presente articolo non preveda altrimenti.

<sup>2</sup> Gli inserimenti di prodotti non sono ammessi nelle trasmissioni per bambini, nei documentari né nelle trasmissioni religiose, salvo se lo sponsor mette a disposizione gratuitamente soltanto beni o servizi di valore non significativo, per esempio a titolo di aiuti alla produzione o premi, senza versare ulteriori compensi.

<sup>3</sup> Gli inserimenti di prodotti devono essere segnalati chiaramente all'inizio e alla fine della trasmissione e dopo ogni interruzione pubblicitaria. Per gli inserimenti di prodotti, gli aiuti alla produzione e i premi di valore inferiore a 5000 franchi è sufficiente un'unica segnalazione.

<sup>4</sup> L'obbligo di segnalazione di cui al capoverso 3 non si applica ai lungometraggi cinematografici, ai telefilm né ai documentari che:

- a. non sono stati prodotti né commissionati dall'emittente stessa o da un'impresa gestita dall'emittente;
- b. l'emittente ha commissionato a registi indipendenti e che essa stessa ha cofinanziato in ragione di meno del 40 per cento (coproduzioni).

#### *Art. 22 cpv. 7*

<sup>7</sup> Le citazioni degli sponsor nei programmi radiofonici della SSR possono contenere solo elementi necessari per identificare lo sponsor.

#### *Art. 37*                    Diffusione fuori della zona di copertura

(art. 38 cpv. 5 LRTV)

I programmi radiofonici diffusi via etere di emittenti titolari di una concessione con partecipazione al canone possono essere diffusi su linea e via satellite anche fuori della loro zona di copertura.

*Art. 39 cpv. 1*

<sup>1</sup> La partecipazione annua al canone di un'emittente ammonta al massimo al 50 per cento dei suoi costi d'esercizio. Per l'emittente di programmi televisivi nella cui zona di copertura l'adempimento del mandato di prestazioni è legato a un onere particolarmente elevato e per l'emittente di programmi radiofonici complementari senza scopo di lucro questo valore può raggiungere al massimo il 70 per cento. Il valore massimo vincolante per l'emittente è fissato nella concessione.

*Art. 44*                      Concessioni per programmi di breve durata

(art. 45 cpv. 2 LRTV)

<sup>1</sup> L'UFCOM può rilasciare concessioni per l'emittenza di programmi radiofonici locali o regionali di breve durata diffusi via etere. Un programma può essere diffuso durante 30 giorni al massimo nell'arco di 60 giorni al massimo.

<sup>2</sup> Un'emittente riceve, per anno civile, al massimo una concessione di cui sopra.

<sup>3</sup> Le concessioni per i programmi di breve durata sono rilasciate su domanda e senza concorso pubblico, se il numero di emittenti interessate è prevedibilmente inferiore alle frequenze disponibili.

<sup>4</sup> Le concessioni per i programmi di breve durata possono essere rilasciate segnatamente in occasione di un avvenimento importante nella zona di copertura per sostenere le attività di insegnamento e di formazione o nell'ambito di attività giovanili.

*Art. 49 cpv. 3 e 3<sup>bis</sup>*

<sup>3</sup> Il credito disponibile è ripartito tra le emittenti aventi diritto ai contributi in funzione delle spese per utente. Le spese d'esercizio dell'anno precedente per la diffusione del programma e il trasporto del segnale costituiscono la base di calcolo.

<sup>3<sup>bis</sup></sup> Un contributo non deve tuttavia superare un quarto di queste spese d'esercizio. Se, a causa di questa restrizione, il credito non viene esaurito, la somma rimanente è ripartita, secondo il principio di cui al capoverso 3, tra le emittenti aventi diritto ai contributi le cui spese d'esercizio non sono ancora state coperte per un quarto.

*Art. 50, rubrica*

Tecnologie di trasmissione degne di protezione

*Art. 51*                      Genere e modalità dei contributi

<sup>1</sup> Su domanda, un'emittente può ricevere contributi pari al 75 per cento delle sue spese per:

- a. investimenti o ammortamenti di investimenti in una rete di trasmettitori che l'emittente stessa realizza o gestisce;
- b. la partecipazione finanziaria a investimenti in una rete di trasmettitori che terzi realizzano o gestiscono;

- c. ammortamenti che l'emittente paga ai terzi che realizzano o gestiscono la rete di trasmettitori.

<sup>2</sup> Se il credito a disposizione dell'UFCOM non è sufficiente per soddisfare le pretese di tutte le emittenti aventi diritto, nell'anno interessato i contributi concessi sono ridotti in misura proporzionale.

<sup>3</sup> Le decisioni concernenti l'assegnazione di contributi per ammortamenti sono valide di norma per cinque anni. I contributi sono versati in rate annue conformemente ai tassi di ammortamento riconosciuti nella decisione, per quanto le condizioni di cui all'articolo 50 capoversi 2-4 siano adempiute e gli impianti di trasmissione siano esercitati conformemente all'obiettivo del sostegno accordato.

<sup>4</sup> Le decisioni concernenti l'assegnazione di contributi per investimenti tengono conto dello scadenzario e della realizzazione della rete di trasmettitori.

<sup>5</sup> È applicabile la legge del 5 ottobre 1990<sup>2</sup> sui sussidi.

#### *Art. 54 cpv. 2 e 3*

<sup>2</sup> Su domanda, l'UFCOM può esonerare parzialmente un fornitore di servizi di telecomunicazione dall'obbligo di diffondere i programmi per quanto:

- a. la diffusione di tutti programmi non possa ragionevolmente essere pretesa per motivi di capacità; oppure
- b. per motivi tecnici, non sia possibile limitare alla zona di copertura la diffusione di un programma televisivo regionale che sottostà a mandato di prestazioni e partecipazione al canone secondo l'articolo 38 capoverso 1 lettera a LRTV.

<sup>3</sup> Il fornitore di servizi di telecomunicazione esonerato dall'obbligo di diffusione in virtù del capoverso 2 lettera b informa annualmente l'UFCOM sullo stato della tecnica.

#### *Art. 69*                      Accesso diretto ad avvenimenti pubblici

(art. 72 cpv. 3 lett. a LRTV)

<sup>1</sup> Le emittenti terze che fanno valere il diritto di accesso diretto a un avvenimento pubblico devono notificarsi per tempo, ovvero:

- a. almeno dieci giorni prima dell'inizio dell'avvenimento, nel caso di avvenimenti pianificati;
- b. il prima possibile, nel caso di avvenimenti organizzati in breve tempo o nei confronti dei quali l'interesse dell'emittente terza si manifesta, per via di circostanze particolari, soltanto all'ultimo momento.

<sup>2</sup> L'organizzatore dell'avvenimento pubblico e l'emittente che dispone dei diritti di prima diffusione o dei diritti d'esclusiva decidono quanto prima se consentire l'accesso e, per gli eventi di cui al capoverso 1 lettera a, almeno cinque giorni prima dell'inizio dell'avvenimento.

<sup>3</sup> Se non preesistono accordi contrattuali, è data priorità alle emittenti terze in grado di garantire la maggiore copertura possibile in Svizzera oppure a quelle che, per esempio in base al loro mandato di prestazioni o allo stretto legame tra l'avvenimento e la loro zona di copertura, dimostrano un interesse particolare a fare la cronaca dell'avvenimento.

<sup>4</sup> Se l'accesso è rifiutato, l'emittente terza può domandare all'UFCOM l'adozione di provvedimenti secondo l'articolo 72 capoverso 4 LRTV. La domanda deve essere presentata immediatamente dopo il rifiuto dell'accesso.

<sup>5</sup> Nella misura del possibile l'accesso diretto delle emittenti terze deve essere utilizzato in modo tale da non pregiudicare lo svolgimento dell'avvenimento e l'esercizio dei diritti di prima diffusione e dei diritti di esclusiva.

*Articolo 80a dopo il Titolo ottavo: Disposizioni finali*

*Art. 80a*            Esecuzione  
(art. 104 cpv. 2)

<sup>1</sup> Il DATEC emana le disposizioni amministrative e tecniche.

<sup>2</sup> Il DATEC è autorizzato a concludere accordi internazionali riguardanti questioni tecniche o amministrative che rientrano nel campo di applicazione della presente ordinanza.

<sup>3</sup> Il DATEC può rappresentare la Confederazione in seno a organismi internazionali.

II

L'allegato 3 è sostituito dalla versione qui annessa.

III

La presente modifica entra in vigore il 1° aprile 2010.

12 marzo 2010

In nome del Consiglio federale svizzero:

La presidente della Confederazione, Doris Leuthard

La cancelliera della Confederazione, Corina Casanova

*Allegato 3*  
(art. 52 cpv. 2)

## **Elenco dei programmi esteri che devono essere diffusi su linea**

In tutta la Svizzera:

- ARTE (digitale: integralmente; analogico: dalle 19.00)
- 3Sat
- TV5
- ARD
- ORF 1
- France 2
- Rai Uno

Nella lingua della rispettiva regione linguistica:

- Euronews

