

12. **Direttiva del Consiglio 3 ottobre 1989, 89/552/Cee, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, così come modificata dalla direttiva 97/36/Ce. Testo consolidato non ufficiale.**

*Questa direttiva è stata emanata il 3 ottobre 1989 sulla base della proposta della Commissione (in GUCE 17 luglio 1986 C 179) previo parere del Comitato economico sociale (in GUCE 31 agosto 1987 C 158) ed è stata pubblicata in GUCE 17 ottobre 1989 L 298. E' stata successivamente modificata dalla direttiva 30 giugno 1997 n. 97/36/Ce, pubblicata in GUCE 30 luglio 1997 L 202. Il testo consolidato qui pubblicato non è ufficiale ed è ripreso dal sito delle istituzioni comunitarie: [www.europa.eu.int/eur-lex/it/consleg/pdf/1989/it\\_1989L0552](http://www.europa.eu.int/eur-lex/it/consleg/pdf/1989/it_1989L0552).*

## CAPITOLO I DEFINIZIONI

### 1. Ai fini della presente direttiva:

a) per «trasmissione televisiva» si intende la trasmissione, via cavo o via etere, nonché la trasmissione via satellite, in forma non codificata o codificata, di programmi televisivi destinati al pubblico. Il termine suddetto comprende la comunicazione di programmi effettuata tra le imprese ai fini della ritrasmissione al pubblico. La suddetta nozione non comprende invece i servizi di comunicazione che forniscono informazioni specifiche o altri messaggi su richiesta individuale, come la telecopiatrice, le banche elettroniche di dati e servizi analoghi;

b) per «emittente» si intende la persona fisica o giuridica che ha la responsabilità editoriale nella composizione dei palinsesti dei programmi televisivi ai sensi della precedente lettera a) e che li trasmette o li fa trasmettere da terzi;

c) per «pubblicità televisiva» si intende ogni forma di messaggio televisivo trasmesso a pagamento o dietro altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, da un'impresa pubblica o privata nell'ambito di un'attività commerciale, industriale, artigiana o di una libera professione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro compenso, di beni o di servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;

d) per «pubblicità clandestina» si intende la presentazione orale o visiva di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un programma, qualora tale presentazione sia fatta intenzionalmente dall'emittente per perseguire scopi pubblicitari e possa ingannare il pubblico circa la sua natura; si considera intenzionale una presentazione quando è fatta dietro compenso o altro pagamento;

e) per «sponsorizzazione» si intende ogni contributo di un'impresa pubblica o privata, non impegnata in attività televisive o di produzione di opere audiovisive, al finanziamento di programmi televisivi, allo scopo di promuovere il suo nome, il suo marchio, la sua immagine, le sue attività o i suoi prodotti.

f) per «televendita» si intendono le offerte dirette trasmesse al pubblico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni.

## CAPITOLO II DISPOSIZIONI GENERALI

2. 1. Ciascuno Stato membro vigila a che tutte le trasmissioni televisive delle emittenti soggette alla sua giurisdizione rispettino le norme dell'ordinamento giuridico applicabili alle trasmissioni destinate al pubblico nel suo territorio.

2. Ai fini della presente direttiva, sono soggette alla giurisdizione di uno Stato membro:

- le emittenti televisive stabilite nel suo territorio a norma del paragrafo 3;
- le emittenti televisive cui si applica il paragrafo 4.

3. Ai fini della presente direttiva un'emittente televisiva si considera stabilita in uno Stato membro nei seguenti casi:

a) l'emittente televisiva ha la sede principale in quello Stato membro e le decisioni editoriali in merito al palinsesto sono prese sul suo territorio;

b) se un'emittente ha la sede principale in uno Stato membro ma le decisioni editoriali sul palinsesto sono prese in un altro Stato membro, l'emittente si considera stabilita nello Stato membro in cui opera una parte significativa degli addetti all'attività di telediffusione; se una parte significativa degli addetti all'attività di telediffusione opera in ciascuno di tali Stati membri, l'emittente si ritiene stabilita nello Stato membro in cui si trova la sua sede principale; se in nessuno dei due Stati membri opera una parte

significativa degli addetti all'attività di telediffusione, l'emittente si considera stabilita nel primo Stato membro nel quale essa ha iniziato a trasmettere nel rispetto dell'ordinamento giuridico di tale Stato membro, purché mantenga un legame stabile e effettivo con l'economia di tale Stato membro;

c) se un'emittente ha la sua sede principale in uno Stato membro ma le decisioni sul palinsesto sono prese in un paese terzo, o viceversa, essa si considera stabilita in tale Stato membro, sempreché una parte significativa degli addetti all'attività di telediffusione operi in quello Stato membro.

4. Le emittenti cui non si applicano le disposizioni del paragrafo 3 si considerano soggette alla giurisdizione di uno Stato membro nei seguenti casi:

a) utilizzano una frequenza concessa da tale Stato membro;

b) ancorché non utilizzino una frequenza concessa da uno Stato membro, si avvalgono di una capacità via satellite di competenza di tale Stato membro;

c) ancorché non utilizzino né una frequenza concessa da uno Stato membro né una capacità via satellite di competenza di uno Stato membro, si avvalgono di un «satellite up-link» situato in detto Stato membro.

5. Qualora non sia possibile determinare, a norma dei paragrafi 3 e 4, a quale Stato membro spetti la giurisdizione, lo Stato membro competente è quello in cui l'emittente televisiva è stabilita ai sensi dell'articolo 52 e seguenti del trattato che istituisce la Comunità europea.

6. La presente direttiva non si applica alle trasmissioni che sono destinate ad essere ricevute solo nei paesi terzi e non sono ricevute direttamente o indirettamente dal pubblico in uno o più Stati membri.

**2bis.** 1. Gli Stati membri assicurano la libertà di ricezione e non ostacolano la ritrasmissione sul proprio territorio di trasmissioni televisive provenienti da altri Stati membri per ragioni attinenti ai settori coordinati dalla presente direttiva.

2. Gli Stati membri possono, in via provvisoria, derogare al paragrafo 1 qualora ricorrano le seguenti condizioni:

a) una trasmissione televisiva proveniente da un altro Stato membro violi in misura manifesta, seria e grave l'articolo 22, paragrafi 1 o 2 e/o l'articolo 22bis;

b) nel corso dei dodici mesi precedenti l'emittente televisiva abbia già violato almeno due volte le disposizioni di cui alla lettera a);

c) lo Stato membro interessato abbia notificato per iscritto all'emittente televisiva e alla Commissione le violazioni rilevate e i provvedimenti che intende adottare in caso di nuove violazioni;

d) le consultazioni con lo Stato che effettua la trasmissione e la Commissione non abbiano consentito di raggiungere una soluzione amichevole entro un termine di quindici giorni dalla notifica di cui alla lettera c) e ove persista la pretesa violazione.

Entro due mesi a decorrere dalla notifica del provvedimento adottato dallo Stato membro, la Commissione adotta una decisione sulla compatibilità del provvedimento col diritto comunitario. In caso di decisione negativa, chiede allo Stato membro di revocare senza indugio il provvedimento adottato.

3. Il paragrafo 2 fa salva l'applicazione di qualsiasi procedimento, rimedio giuridico o sanzione contro tali violazioni nello Stato membro che esercita la propria giurisdizione sull'emittente televisiva interessata.

**3.** 1. Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere alle emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

2. Gli Stati membri assicurano, con i mezzi appropriati, nell'ambito della loro legislazione, che le emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione rispettino effettivamente le disposizioni della presente direttiva.

3. I provvedimenti comprendono le procedure idonee a permettere che i terzi direttamente lesi, compresi i cittadini di altri Stati membri, possano adire le competenti autorità, giudiziarie o di altro tipo, per ottenere l'effettivo rispetto secondo le disposizioni nazionali.

**3bis.** 1. Ciascuno Stato membro può prendere le misure compatibili con il diritto comunitario volte ad assicurare che le emittenti televisive soggette alla sua giurisdizione non trasmettano in esclusiva eventi che esso considera di particolare rilevanza per la società, in modo da privare una parte importante del pubblico dello Stato membro della possibilità di seguire i suddetti eventi in diretta o in differita su canali liberamente accessibili. In tale caso, lo Stato membro interessato redige un elenco di eventi, nazionali e non, che considera di particolare rilevanza per la società. Esso redige tale elenco in modo chiaro e trasparente e in tempo utile. Inoltre, lo Stato membro determina se tali eventi debbano essere disponibili in diretta integrale o parziale

## Codice della pubblicità

o, laddove ciò risulti necessario o opportuno per ragioni obiettive nel pubblico interesse, in differita integrale o parziale.

2. Gli Stati membri notificano immediatamente alla Commissione le misure che hanno adottato o che intendono adottare ai sensi del paragrafo 1. Entro tre mesi dalla notifica la Commissione verifica che tali misure siano compatibili con il diritto comunitario e le comunica agli altri Stati membri. La Commissione consulta il comitato di cui all'articolo 23bis. Essa pubblica immediatamente nella Gazzetta ufficiale delle Comunità europee le misure prese e, almeno una volta all'anno, l'elenco consolidato di tutte le misure adottate dagli Stati membri.

3. Gli Stati membri fanno sì, con mezzi adeguati, nel quadro della loro legislazione, che le emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione non esercitino i diritti esclusivi acquistati dopo la data di pubblicazione della presente direttiva in modo da privare una parte importante del pubblico di un altro Stato membro della possibilità di seguire su di un canale liberamente accessibile, attraverso in diretta integrale o parziale o, laddove ciò risulti necessario o opportuno per ragioni obiettive nel pubblico interesse, in differita integrale o parziale secondo quanto stabilito da tale altro Stato membro a norma del paragrafo 1, gli eventi che lo Stato medesimo ha indicato ai sensi dei paragrafi precedenti. (Omissis)

### CAPITOLO IV

#### PUBBLICITÀ TELEVISIVA, SPONSORIZZAZIONE E TELEVENDITA

**10.** 1. La pubblicità televisiva e la televendita devono essere chiaramente riconoscibili come tali ed essere nettamente distinte dal resto della programmazione con mezzi ottici e/o acustici.

2. Gli spot pubblicitari e di televendita isolati devono costituire eccezioni.

3. Pubblicità e televendita non devono utilizzare tecniche subliminali.

4. La pubblicità e la televendita clandestine sono vietate.

**11.** 1. La pubblicità e gli spot di televendita devono essere inseriti tra i programmi. Purché ricorrano le condizioni di cui ai paragrafi da 2 a 5, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma in modo tale che non ne siano pregiudicati l'integrità ed il valore - tenuto conto degli intervalli naturali dello stesso nonché della sua durata e natura - nonché i diritti dei titolari.

2. Nei programmi composti di parti autonome o in programmi sportivi, nelle cronache e negli spettacoli di analoga struttura comprendenti degli intervalli, la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti soltanto tra le parti autonome o negli intervalli.

3. La trasmissione di opere audiovisive come i lungometraggi cinematografici ed i film prodotti per la televisione (eccettuate le serie, i romanzi a puntate, i programmi ricreativi ed i documentari), di durata programmata superiore a quarantacinque minuti, può essere interrotta soltanto una volta per ogni periodo di quarantacinque minuti. È autorizzata un'altra interruzione se la loro durata programmata supera di almeno venti minuti due o più periodi completi di quarantacinque minuti.

4. Quando programmi diversi da quelli di cui al paragrafo 2 sono interrotti dalla pubblicità o da spot di televendita, in genere devono trascorrere almeno venti minuti tra ogni successiva interruzione all'interno del programma.

5. La pubblicità e la televendita non possono essere inserite durante la trasmissione di funzioni religiose. I notiziari e le rubriche di attualità, i documentari, i programmi religiosi e quelli per bambini, di durata programmata inferiore a trenta minuti, non possono essere interrotti dalla pubblicità o dalla televendita. Se la loro durata programmata è di almeno trenta minuti, si applicano i paragrafi precedenti.

**12.** La pubblicità televisiva e la televendita non devono:

a) vilipendere la dignità umana;

b) comportare discriminazioni di razza, sesso o nazionalità;

c) offendere convinzioni religiose o politiche;

d) indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;

e) indurre a comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

**13.** È vietata qualsiasi forma di pubblicità televisiva e di televendita di sigarette e di altri prodotti a base di tabacco

**14.** 1. È vietata la pubblicità televisiva dei medicinali e delle cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica nello Stato membro alla cui giurisdizione è soggetta l'emittente televisiva.

2. È vietata la televendita dei medicinali soggetti ad autorizzazione d'immissione sul mercato ai sensi della direttiva 65/65/CEE del Consiglio, del 26 gennaio 1965, concernente il ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative relative ai medicinali, nonché la televendita di cure mediche.

## Codice della pubblicità

**15.** La pubblicità televisiva e la televendita delle bevande alcoliche devono conformarsi ai seguenti criteri:

- a) non rivolgersi espressamente ai minorenni, né, in particolare, presentare minorenni intenti a consumare tali bevande;
- b) non collegare il consumo di alcolici con migliori prodezze fisiche o con la guida di autoveicoli;
- c) non creare l'impressione che il consumo di alcolici contribuisca al successo sociale o sessuale;
- d) non indurre a credere che le bevande alcoliche possiedano qualità terapeutiche stimolanti o calmanti, o che contribuiscano a risolvere situazioni di conflitto psicologico;
- e) non incoraggiare il consumo smodato di bevande alcoliche o presentare in una luce negativa l'astinenza o la sobrietà;
- f) non insistere sul forte grado alcolico come qualità positiva delle bevande.

**16. 1.** La pubblicità televisiva non deve arrecare un pregiudizio morale o fisico ai minorenni e deve pertanto rispettare i seguenti criteri a loro tutela:

- a) non esortare direttamente i minorenni ad acquistare un prodotto o un servizio, sfruttandone l'inesperienza o la credulità;
- b) non esortare direttamente i minorenni a persuadere genitori o altre persone ad acquistare tali prodotti o servizi;
- c) non sfruttare la particolare fiducia che i minorenni ripongono nei genitori, negli insegnanti o in altre persone;
- d) non mostrare, senza motivo, minorenni in situazioni pericolose.

**2.** La televendita deve rispettare i requisiti di cui al paragrafo 1 e non deve, inoltre, esortare i minorenni a stipulare contratti di compravendita o di locazione di prodotti e servizi.

**17. 1.** I programmi televisivi sponsorizzati devono rispondere ai seguenti criteri:

- a) il contenuto e la programmazione di una trasmissione sponsorizzata non possono in nessun caso essere influenzati dallo sponsor in maniera tale da ledere la responsabilità e l'autonomia editoriale dell'emittente nei confronti delle trasmissioni;
- b) devono essere chiaramente riconoscibili come programmi sponsorizzati e indicare il nome e/o il logotipo dello sponsor all'inizio e/o alla fine del programma;
- c) non devono stimolare all'acquisto o al noleggio dei prodotti o servizi dello sponsor e di un terzo, specialmente facendo riferimenti specifici di carattere promozionale a detti prodotti o servizi.

**2.** I programmi televisivi non possono essere sponsorizzati da imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di sigarette o altri prodotti a base di tabacco.

**3.** La sponsorizzazione di programmi televisivi da parte di imprese le cui attività comprendano la produzione o la vendita di medicinali e cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa ma non di specifici medicinali o cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica nello Stato membro che esercita la sua giurisdizione sull'emittente.

**4.** I telegiornali ed i notiziari di carattere politico non possono essere sponsorizzati.

**18. 1.** La proporzione di tempo di trasmissione destinata agli spot di televendita, spot pubblicitari e altre forme di pubblicità, ad eccezione delle finestre di televendita di cui all'articolo 18bis, non deve superare il 20 % del tempo di trasmissione quotidiano. Il tempo di trasmissione per spot pubblicitari non deve superare il 15 % del tempo di trasmissione quotidiano.

**2.** La proporzione di spot pubblicitari e di spot di televendita in una determinata ora d'orologio non deve superare il 20 %.

**3.** Ai fini del presente articolo, non sono inclusi nella nozione di «pubblicità»:

- gli annunci dell'emittente relativi ai propri programmi e ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati;
- gli annunci di servizio pubblico e gli appelli a scopo di beneficenza trasmessi gratuitamente.

**18bis. 1.** Le finestre di programmazione destinate alla televendita trasmesse da un canale non esclusivamente dedicato a quest'ultima devono avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti.

**2.** Il numero massimo di finestre di programmazione giornaliera è otto. La loro durata complessiva non può superare le tre ore al giorno. Esse devono essere nettamente individuate come finestre di televendita attraverso dispositivi ottici e acustici.

## Codice della pubblicità

**19.** I capitoli I, II, IV, V, VI, VIbis e VII si applicano, mutatis mutandis, ai canali esclusivamente dedicati alla televendita. La pubblicità su tali canali è consentita entro i limiti quotidiani stabiliti all'articolo 18, paragrafo 1. Non si applica l'articolo 18, paragrafo 2.

**19bis.** I capitoli I, II, IV, V, VI, VIbis e VII si applicano, mutatis mutandis, ai canali esclusivamente dedicati all'autopromozione. Le altre forme di pubblicità su tali canali sono consentite entro i limiti stabiliti all'articolo 18, paragrafi 1 e 2. Tale disposizione è in particolare soggetta a revisione a norma dell'articolo 26.

**20.** Fatto salvo l'articolo 3, gli Stati membri hanno la facoltà, nel rispetto del diritto comunitario, di prevedere condizioni diverse da quelle di cui all'articolo 11, paragrafi da 2 a 5 e agli articoli 18 e 18bis per quanto riguarda le trasmissioni destinate unicamente al territorio nazionale e che non possono essere ricevute, direttamente o indirettamente dal pubblico, in uno o più altri Stati membri.

**21.** abrogato

### CAPITOLO V

#### TUTELA DEI MINORI E ORDINE PUBBLICO

**22. 1.** Gli Stati membri adottano le misure atte a garantire che le trasmissioni delle emittenti televisive soggette alla loro giurisdizione non contengano alcun programma che possa nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minorenni, in particolare programmi che contengano scene pornografiche o di violenza gratuita.

2. I provvedimenti di cui al paragrafo 1 si applicano anche agli altri programmi che possono nuocere allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minorenni, a meno che la scelta dell'ora di trasmissione o qualsiasi altro accorgimento tecnico escludano che i minorenni che si trovano nell'area di diffusione assistano normalmente a tali programmi.

3. Inoltre, qualora tali programmi siano trasmessi in chiaro, gli Stati membri fanno sì che essi siano preceduti da un'avvertenza acustica ovvero siano identificati mediante la presenza di un simbolo visivo durante tutto il corso della trasmissione.

**22bis.** Gli Stati membri fanno sì che le trasmissioni non contengano alcun incitamento all'odio basato su differenze di razza, sesso, religione o nazionalità.

**22ter. 1.** Nella relazione di cui all'articolo 26, la Commissione considera con particolare attenzione l'applicazione del presente capitolo.

2. Entro un anno dalla data di pubblicazione della presente direttiva, la Commissione effettua, di concerto con le autorità competenti degli Stati membri, un'indagine sugli eventuali vantaggi e inconvenienti di ulteriori provvedimenti volti a facilitare ai genitori o ai tutori il controllo dei programmi che potrebbero essere visti dai minori. Tale studio implica tra l'altro l'esame dell'opportunità di:

- prescrivere che i nuovi apparecchi televisivi siano dotati di dispositivi tecnici che consentano ai genitori o tutori di inibire la visione di taluni programmi;
- predisporre adeguati sistemi di classificazione;
- incoraggiare politiche di visione per le famiglie e altre misure di carattere educativo o di sensibilizzazione;

- tener conto dell'esperienza acquisita in questo campo in Europa o altrove e dell'opinione delle parti interessate, quali emittenti, produttori, educatori, specialisti di comunicazione e relative associazioni.

### CAPITOLO VI

#### DIRITTO DI RETTIFICA

**23. 1.** Fatte salve le altre disposizioni civili, amministrative o penali adottate dagli Stati membri, ogni persona fisica o giuridica, indipendentemente dalla nazionalità, i cui legittimi interessi, in particolare l'onore e la reputazione, siano stati lesi a seguito di un'affermazione di fatti non conformi al vero contenuta in un programma televisivo, deve poter fruire di un diritto di rettifica o di misure equivalenti. Gli Stati membri fanno sì che l'esercizio effettivo del diritto di rettifica o delle misure equivalenti non sia ostacolato dall'imposizione di termini o condizioni irragionevoli. La rettifica dev'essere telediffusa entro un termine ragionevole a decorrere dalla motivazione della richiesta e in tempi e modalità adeguati alla trasmissione cui la richiesta si riferisce.

2. Il diritto di rettifica o le misure equivalenti possono essere fatti valere nei confronti di tutte le emittenti televisive soggette alla giurisdizione di uno Stato membro.

3. Gli Stati membri adottano le disposizioni necessarie per istituire tale diritto o tali misure e stabiliscono la procedura da seguire per il loro esercizio. In particolare essi procurano che il termine previsto per l'esercizio del diritto di rettifica o delle misure equivalenti sia sufficiente e che le modalità siano tali da permettere alle persone fisiche o giuridiche residenti o stabilite in un altro Stato membro di esercitare adeguatamente tale diritto o il ricorso a tali misure.

## Codice della pubblicità

4. La domanda di rettifica o di ricorso a misure equivalenti può essere respinta qualora la rettifica non si giustifichi in base alle disposizioni del paragrafo 1, costituisca un reato, renda civilmente responsabile l'emittente radiotelevisiva stessa o sia contraria al buon costume.

5. Saranno previste opportune procedure attraverso le quali possano essere oggetto di ricorso giurisdizionale le controversie riguardanti l'esercizio del diritto di rettifica o il ricorso a misure equivalenti.

### CAPITOLO VIbis

#### COMITATO DI CONTATTO

**23bis.** 1. È istituito un comitato di contatto sotto l'egida della Commissione. Esso è composto di rappresentanti delle competenti autorità degli Stati membri. È presieduto da un rappresentante della Commissione e si riunisce per iniziativa di quest'ultimo o a richiesta della delegazione di uno Stato membro

2. I compiti del comitato sono:

a) agevolare l'effettiva attuazione della presente direttiva attraverso consultazioni regolari su ogni problema pratico che risulti dall'applicazione della stessa, nonché su ogni altro argomento su cui si considerino opportuni scambi di opinioni;

b) esprimere pareri di propria iniziativa o su richiesta della Commissione in merito all'applicazione delle disposizioni della direttiva da parte degli Stati membri;

c) essere una sede per uno scambio di opinioni per decidere quali argomenti affrontare nelle relazioni che gli Stati membri devono presentare a norma dell'articolo 4, paragrafo 3, sulla metodologia da seguire, sul capitolato relativo allo studio indipendente di cui all'articolo 25bis, sulla valutazione delle offerte per quest'ultimo e sullo studio stesso;

d) discutere i risultati delle consultazioni regolari tenute dalla Commissione con i rappresentanti di enti televisivi, produttori, consumatori, fabbricanti, prestatori di servizi, sindacati e con l'ambiente artistico;

e) agevolare lo scambio di informazioni tra gli Stati membri e la Commissione sulla situazione e lo sviluppo di attività di regolamentazione per quanto concerne i servizi di trasmissione televisiva, tenendo conto della politica audiovisiva comunitaria, nonché dei pertinenti sviluppi nel settore tecnico;

f) esaminare gli sviluppi che si verificano nel settore su cui appaia utile uno scambio di opinioni.

### CAPITOLO VII

#### DISPOSIZIONI FINALI

**24.** Per quanto riguarda i settori non coordinati dalla presente direttiva, essa lascia impregiudicati i diritti e gli obblighi degli Stati membri derivanti dalle convenzioni esistenti in materia di telecomunicazioni e di emissioni televisive.

**25.** 1. Gli Stati membri mettono in vigore le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative necessarie per conformarsi alla presente direttiva al più tardi il 3 ottobre 1991. Essi ne informano immediatamente la Commissione.

2. Gli Stati membri comunicano alla Commissione il testo delle disposizioni essenziali di diritto interno che essi adottano nei settori disciplinati dalla presente direttiva.

**25bis.** L'ulteriore esame di cui all'articolo 4, paragrafo 4 ha luogo anteriormente al 30 giugno 2002. Esso tiene conto di uno studio indipendente sull'impatto dei provvedimenti in questione sia a livello comunitario che a livello nazionale.

**26.** Entro il 31 dicembre 2000 e successivamente ogni due anni, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio ed al Comitato economico e sociale una relazione sull'applicazione della presente direttiva e, se necessario, elabora ulteriori proposte per adattarla all'evoluzione del settore dell'emittenza televisiva, specialmente alla luce dei recenti sviluppi tecnologici.

**27.** Gli Stati membri sono destinatari della presente direttiva.