

Risposta della sig.ra Diamantopoulou a nome della Commissione

(22 agosto 2003)

Nel 2002 la Commissione ha ricevuto un totale di 307 domande nell'ambito della linea di bilancio B3-4000, tra cui 125 proposte che sono state approvate. Questa cifra rappresenta una percentuale di accettazione del 41 %.

La ripartizione delle cifre per sottoprogramma è la seguente:

- Sottoprogramma 1: *sostegno al dialogo sociale europeo*
 - 135 domande ricevute, di cui 63 accettate (46,7 %)
- Sottoprogramma 2: *promozione della partecipazione finanziaria dei lavoratori*
 - 19 domande ricevute, di cui 8 accettate (42,1 %)
- Sottoprogramma 3: *miglioramento delle conoscenze in materia di relazioni sindacali*
 - 57 domande ricevute, di cui 25 accettate (43,9 %)
- Sotto programma 4: *responsabilità sociale delle imprese e diritti sociali fondamentali*
 - 96 domande ricevute, di cui 29 accettate (30,2 %)

(2004/C 33 E/277)

**INTERROGAZIONE SCRITTA E-2505/03
di Maurizio Turco (NI) alla Commissione**

(29 luglio 2003)

Oggetto: Procedura d'infrazione 2001/2151, ai sensi dell'articolo 226 del Trattato, nei confronti della Repubblica Italiana, per violazione della direttiva 89/552/CEE (Televisione senza frontiere)

Premesso che:

- nel 2001 la Commissione europea ha avviato, ai sensi dell'articolo 226 del Trattato, la procedura d'infrazione n. 2001/2151 nei confronti dell'Italia con riferimento all'applicazione delle disposizioni di cui alla direttiva 89/552/CEE⁽¹⁾ del Consiglio (così come modificata dalla direttiva 97/36/CE⁽²⁾);
- con decisione del 20 marzo 2002 [PV (2002) 1560] ha inviato alle autorità italiane una lettera di messa in mora;
- da un recente studio della Carat Export risulta che l'affollamento pubblicitario settimanale in Italia sarebbe il doppio (435 spot potenziali) di quello in Germania (220) e Francia (260);
- l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, organismo cui l'ordinamento italiano affida la vigilanza circa il rispetto delle norme in materia, ha affermato nella Relazione sull'attività svolta per l'anno 2000 (paragrafo 8.1), nella Relazione sull'attività svolta per l'anno 2001 (paragrafo 2.5.1) e nella Relazione per l'anno 2002 (paragrafo 3.12.1) di aver avviato accertamenti e procedimenti volti ad individuare le violazioni commesse dalle emittenti televisive in materia di pubblicità e sponsorizzazioni;

potrebbe la Commissione far sapere se:

- ritenga che lo Stato Italiano abbia effettuato un controllo sufficiente sulle emittenti radiotelevisive in materia di pubblicità commerciale (posizionamento degli spot, interruzioni, indici di affollamento, televendite e telepromozioni) così come disposto dalla direttiva 89/552/CEE e sue modificazioni?
- ritenga che il procedimento di accertamento delle violazioni alle disposizioni della direttiva, adottato dal legislatore italiano in esecuzione della stessa, sia adeguato allo scopo e ritiene che le interpretazioni date dalle istituzioni italiane alle norme siano conformi con lo spirito della direttiva?

- sia a conoscenza del numero di violazioni accertate negli anni 1999-2002 da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, e il numero delle sanzioni conseguentemente adottate?
- ritenga che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni abbia dedicato una quantità di risorse umane e finanziarie adeguate all'efficiente assolvimento delle funzioni affidatele dalla legge?

(¹) GU L 298 del 7.10.1989, pag. 23.

(²) GU L 202 del 30.7.1997, pag. 60.

Risposta di Viviane Reding a nome della Commissione

(1° settembre 2003)

La procedura di infrazione alla quale si riferisce l'onorevole parlamentare si basava su un controllo eseguito dalla Commissione nel 1999. I risultati del controllo facevano seriamente dubitare se le autorità italiane controllassero effettivamente l'applicazione della legislazione che recepisce il capitolo IV della direttiva Televisione senza frontiere (¹). Le autorità italiane hanno risposto che il periodo di controllo coincideva con la fase transitoria di trasferimento dei poteri dal consiglio normativo in materia di emissione e pubblicazione e dal ministero delle comunicazioni alla nuova autorità di recente istituzione e che la situazione era da allora notevolmente migliorata.

La Commissione ha richiesto ulteriori informazioni sui miglioramenti dei controlli delle regole sulla pubblicità e la risposta delle autorità italiane del 21 maggio 2003 forniva chiarimenti soddisfacenti. Il personale assegnato a questo compito è aumentato dal 2000 al 2002 di circa il 30% (da 4,5 a 6 a tempo pieno). Le risorse finanziarie sono raddoppiate nello stesso periodo (da EUR 61 000 a EUR 122 000). Per quanto riguarda il numero dei procedimenti, le autorità italiane hanno riferito che 198 procedimenti sono stati avviati contro emittenti nel 1999 e 497 nel 2000. Stando alle informazioni disponibili, una recente sentenza della Corte di Giustizia ha semplificato l'attuale procedura, che rende quindi più facile il compito dell'autorità di tutela dei media di applicare sanzioni efficaci.

In considerazione di una situazione sostanzialmente migliorata riguardo all'applicazione della direttiva, la Commissione ha deciso, il 9 luglio 2003, di archiviare il caso. Questo non esclude che la Commissione possa avviare o continuare procedure di infrazione relative a specifiche pratiche pubblicitarie in Italia.

(¹) Council Directive 89/552/EEC of 3 October 1989 on the coordination of certain provisions laid down by Law, Regulation or Administrative Action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities, as amended by Directive 97/36/EC of the Parliament and the Council of 30 June 1997.

(2004/C 33 E/278)

INTERROGAZIONE SCRITTA E-2519/03

**di Ria Oomen-Ruijten (PPE-DE)
e Françoise Grossetête (PPE-DE) alla Commissione**

(29 luglio 2003)

Oggetto: Sistema di deposito obbligatorio in Germania

L'introduzione di un sistema di deposito obbligatorio in Germania dei contenitori con vuoto a perdere per bibite, birra e acqua a partire dal 1° gennaio 2003 ha condotto a gravi casi di discriminazione indiretta nei confronti delle ditte importatrici. A causa di detto sistema di deposito obbligatorio delle lattine e delle bottiglie in plastica e vetro con vuoto a perdere, i dettaglianti tedeschi hanno eliminato tali contenitori dalle loro rivendite, perché la raccolta di tali recipienti è complicata, costosa e poco igienica.

Di conseguenza, si è assistito a un blocco quasi totale dell'importazione di bibite, acque e birre. Le imprese straniere possono consegnare i loro prodotti nel mercato tedesco solo in imballaggi a perdere, a causa della distanza e della struttura delle loro ditte. Le imprese tedesche continuano a mantenere, o persino ad accrescere, la loro parte di mercato, poiché possono consegnare i loro prodotti in imballaggi che possono essere nuovamente riempiti, non soggetti alle nuove norme sul deposito obbligatorio.