

con soggetti pubblici a carattere continuativo e da provvidenze pubbliche erogate direttamente ai soggetti esercenti le attività indicate all'articolo 2, comma 1, lettera g), da offerte televisive a pagamento, dagli abbonamenti e dalla vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato, nonché dalle agenzie di stampa a carattere nazionale, dall'editoria elettronica e annuaristica anche per il tramite di INTERNET e dalla utilizzazione delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico.

4. Le imprese, anche attraverso società controllate o collegate, i cui ricavi nel settore delle telecomunicazioni, come definito ai sensi dell'articolo 18 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, sono superiori al 40 per cento dei ricavi complessivi di quel settore, non possono conseguire nel sistema integrato delle comunicazioni ricavi superiori al 10 per cento del sistema medesimo.

5. All'articolo 2, comma 7, primo periodo, della legge 31 luglio 1997, n. 249, le parole: «ed avendo riguardo ai criteri indicati nei commi 1 e 8» sono soppresse.

6. I soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete non possono, prima del 31 dicembre 2010, acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani. Il divieto si applica anche alle imprese controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile.

7. Secondo le disposizioni dell'articolo 18, paragrafi 1 e 2, della direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, come sostituito dalla direttiva 97/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 giugno 1997, e fermi restando i limiti orari e giornalieri di affollamento pubblicitario indicati nella legge 6 agosto 1990, n. 223, all'articolo 8 della medesima legge n. 223 del 1990, e successive modificazioni, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) al comma 7, la parola: «messaggi» è sostituita dalla seguente: «spot»;

b) al comma 9-bis, al primo periodo, dopo le parole: «se comprende forme di pubblicità» sono inserite le seguenti: «diverse dagli spot pubblicitari» e le parole: «le forme di pubblicità diverse dalle offerte di cui al presente comma» sono sostituite dalle seguenti: «gli spot pubblicitari» e, al secondo periodo, la parola: «offerte» è sostituita dalle seguenti: «pubblicità diverse dagli spot pubblicitari».

8. L'articolo 10 della legge 7 marzo 2001, n. 62, è sostituito dal seguente:

«Art. 10. - (*Messaggi pubblicitari di promozione del libro e della lettura*). - 1. I messaggi pubblicitari facenti parte di iniziative, promosse da istituzioni, enti, associazioni di categoria, produttori editoriali e librai, volte a sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti del libro e della lettura, trasmessi gratuitamente o a condizioni di favore da emittenti televisive e radiofoniche pubbliche e private, non sono considerati ai fini del calcolo dei limiti massimi di cui all'articolo 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni».

### CAPO III

#### PRINCIPI E CRITERI DIRETTIVI PER L'EMANAZIONE DEL TESTO UNICO DELLA RADIOTELEVISIONE

##### Art. 16.

(*Delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione*)

1. Il Governo è delegato ad adottare, entro dodici mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, previa intesa con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e acquisizione dei pareri di cui al comma 3,