

DELIBERA N. 101/10/CSP

CONSULTAZIONE PUBBLICA SULLO SCHEMA DI NUOVO REGOLAMENTO IN MATERIA DI PUBBLICAZIONE E DIFFUSIONE DEI SONDAGGI SUI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 10 giugno 2010;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 177 del 31 Luglio 1997, e, in particolare, l’art. 1, comma 6, lett. b), n. 12;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “Testo unico della radiotelevisione”, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 208 del 7 settembre 2005, come da ultimo modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010 n. 44, recante il “Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 73 del 29 marzo 2010, e, in particolare, l’articolo 2;

VISTA la legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante “Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica” pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 43 del 22 febbraio 2000, e, in particolare, l’articolo 8;

VISTA la legge 7 marzo 2001, n. 62 , recante “Nuove norme sull’editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416” pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 67 del 21 marzo 2001, e, in particolare l’articolo 1;

VISTO il decreto legislativo n. 196 del 30 giugno 2003 recante “Codice in materia di protezione dei dati personali” pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 174 del 29 luglio 2003, e successive modificazioni e integrazioni;

VISTA la propria delibera n. 278/99 del 20 ottobre 1999, recante “Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell’ambito di ricerche e indagini conoscitive”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana della Repubblica italiana n. 197 del 25 agosto 2001;

VISTA la propria delibera n. 153/02/CSP del 25 luglio 2002, recante “Approvazione del regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa” pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 185 dell’8 agosto 2002, così come modificata dalla delibera n. 237/03/CSP dell’11 novembre 2003 recante “Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato con delibera n. 153/02/CSP” pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 285 del 9 dicembre 2003, n. 285;

VISTA la propria delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, recante “Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 152 del 1° luglio 2000;

VISTA la propria circolare del 14 febbraio 2008, recante “Corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali”, pubblicata sul sito web dell’Autorità in pari data;

CONSIDERATO quanto segue:

- l’articolo 1, comma 6, lettera b), n. 12, della legge n. 249 del 1997 affida all’Autorità il compito di verificare che la pubblicazione e la diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa siano effettuate rispettando i criteri contenuti nell’apposito regolamento che la stessa provvede ad emanare;
- l’articolo 8, comma 2, della legge n. 28 del 2000 prevede che l’Autorità determina i criteri obbligatori in conformità dei quali devono essere realizzati i sondaggi demoscopici sull’esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, i quali, a norma del comma 3, possono essere diffusi solo se accompagnati dalle indicazioni ivi elencate – lettere da a) ad h) – e se contestualmente resi disponibili, nella loro integralità e con le medesime indicazioni, su apposito sito informatico istituito e tenuto a cura del Dipartimento per l’informazione e l’editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri. Secondo la citata norma, inoltre, nei quindici giorni precedenti la data delle votazioni (relative alle elezioni al Parlamento europeo, politiche, regionali e amministrative, e per ogni *referendum*), è vietato rendere pubblici o, comunque, diffondere i risultati di tali sondaggi;

- l'Autorità ha approvato il regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa, previsto dall'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 12, della legge n. 249 del 1997, con la delibera n. 153/02/CSP del 25 luglio 2002, quindi modificata con la delibera n. 237/03/CSP dell'11 novembre 2003. La disciplina regolamentare relativa ai sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, applicabile nei periodi non elettorali, è stata approvata dall'Autorità con la delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, mentre le disposizioni regolamentari relative allo svolgimento di tali sondaggi nei periodi elettorali, sono adottate dall'Autorità nell'ambito degli specifici regolamenti che la stessa provvede ad emanare in occasione di ciascuna tornata elettorale o referendaria;
- l'Autorità, in linea con gli orientamenti a livello nazionale e internazionale, riconosce nei sondaggi d'opinione un importante strumento di conoscenza e di informazione, che contribuisce a fornire elementi significativi affinché i cittadini possano formarsi una opinione su ciò che li circonda e li interessa;
- per quanto concerne i sondaggi politici ed elettorali, essi sono utilizzati come strumenti di informazione e orientamento del corpo politico e del corpo elettorale e, nel delicato periodo delle consultazioni elettorali, essi si conformano a criteri di particolare rigore, ai fini del corretto svolgimento delle campagne elettorali;
- a fronte dell'innovazione tecnologica intervenuta, della sempre più ampia divulgazione dei risultati di sondaggi di opinione, del loro crescente impiego nella vita politica, sociale ed economica del Paese, nonché delle variazioni delle metodologie utilizzate nel corso degli anni, si rende opportuna una revisione complessiva della disciplina regolamentare, che ricomprenda, anche a fini di semplificazione amministrativa e univocità di indirizzo, l'intera materia della diffusione dei sondaggi d'opinione e di quelli politici ed elettorali, con riferimento, per questi ultimi, sia ai periodi non elettorali che elettorali;
- la regolamentazione in materia di sondaggi è finalizzata a garantire all'utente/cittadino la correttezza dell'informazione: ciò postula che i soggetti realizzatori dei sondaggi ed i titolari dei mezzi di comunicazione di massa attraverso i quali i sondaggi sono diffusi ispirino la loro attività a requisiti di rigore metodologico, correttezza professionale e trasparenza;
- a tal fine appare opportuno prevedere un arricchimento delle informazioni e degli elementi sulla metodologia e realizzazione del sondaggio, ai fini della loro pubblicazione, rispettivamente, sui siti internet dell'Autorità e della Presidenza

del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'editoria e l'informazione, a seconda della tipologia dei sondaggi, così da rendere tangibile la qualità e l'attendibilità dei sondaggi stessi;

- nello stesso tempo appare opportuno dettare nuove prescrizioni sul contenuto e sulle modalità di presentazione della nota informativa che accompagna la diffusione del sondaggio sui mezzi di comunicazione di massa, al fine di consentire a tutti gli utenti una comprensione semplice ed essenziale degli elementi qualitativamente rilevanti dei sondaggi ai fini della loro corretta fruizione;

CONSIDERATO che, data la rilevanza della materia oggetto di revisione regolamentare e l'impatto della medesima sui soggetti realizzatori dei sondaggi, sui titolari dei mezzi di diffusione di massa e sugli utenti, è opportuno sottoporre a consultazione pubblica lo schema di regolamento in questione, al fine di acquisire le osservazioni da parte dei soggetti interessati;

RITENUTO congruo un termine di trenta giorni, entro il quale i soggetti interessati possono trasmettere le proprie osservazioni;

UDITA la relazione dei commissari Michele Lauria e Gianluigi Magri, relatori ai sensi dell'art. 32 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. È sottoposto a consultazione pubblica lo schema di regolamento, allegato B alla presente delibera, di cui forma parte integrante, recante *“Nuovo regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa”*.
2. Le modalità di consultazione sono riportate nell'allegato A alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante.
3. Le comunicazioni di risposta alla consultazione pubblica dovranno pervenire entro trenta giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

La presente delibera è pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, priva degli allegati A e B, e comprensiva dei citati allegati nel bollettino ufficiale e nel sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 10 giugno 2010

IL PRESIDENTE

Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE

Michele Lauria

IL COMMISSARIO RELATORE

Gianluigi Magri

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Viola