

**DELIBERA N. 11/20/CSP**

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DI TELECOLOR S.R.L.  
(FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO  
LOCALE “TELECOLOR”) PER LA VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE  
NORMATIVA CONTENUTA NELL’ART. 2, COMMA 1, LETT. GG), D.LGS.  
177/05, NELL’ART. 36-BIS, COMMA 1, LETT. A), D.LGS. 177/05, NELL’ART.  
37, COMMA 1, D.LGS. 177/05 IN COMBINATO DISPOSTO CON L’ART. 3,  
COMMI 1 E 2, DELIBERA N. 538/01/CSP E NELL’ART. 40, COMMA 1, D.LGS.  
177/05**

**(CONTESTAZIONE DEL COMITATO REGIONALE PER LE  
COMUNICAZIONI LOMBARDIA)  
(PROC. 82/19/ZD-CRC)**

**L’AUTORITÀ**

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 13 febbraio 2020;

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*”;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 recante “*Testo unico della radiotelevisione*”;

VISTO il decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59 recante “*Disposizioni urgenti per l’attuazione di obblighi comunitari e l’esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee*”, convertito con modificazioni, dalla legge 6 giugno 2008, n. 101;

VISTO il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 10 recante “*Attuazione dell’articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

VISTA la legge 29 luglio 2015, n. 115, recante “*Disposizioni per l’adempimento degli obblighi derivanti dall’appartenenza dell’Italia all’Unione europea - Legge europea 2014*”;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689 recante “*Modifiche al sistema penale*”;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, recante “*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni e Consultazione pubblica sul documento recante Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative*”;

*pecuniarie irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*", come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 581/15/CONS;

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante *"Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni"*;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012 recante *"Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità"*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 95/19/CONS;

VISTO l'art. 7 del decreto legge 21 settembre 2019, n. 104, recante *"Misure urgenti per assicurare la continuità delle funzioni dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni"* ai sensi del quale *"Il Presidente e i Componenti del Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui all'art. 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249, in carica alla data del 19 settembre 2019, continuano a esercitare le proprie funzioni, limitatamente agli atti di ordinaria amministrazione e a quelli indifferibili e urgenti, fino all'insediamento del nuovo Consiglio e comunque fino a non oltre il 31 dicembre 2019"*, come modificato dall'art. 2 del decreto legge 30 dicembre 2019, n. 162, il quale stabilisce che le parole *«fino a non oltre il 31 dicembre 2019»* siano sostituite dall' inciso: *«fino a non oltre il 31 marzo 2020»*;

VISTA la legge n. 20 della regione Lombardia, del 28 ottobre 2003, recante *"Istituzione del Comitato regionale per le comunicazione (CORECOM)"*;

VISTA la delibera n. 395/17/CONS, del 19 ottobre 2017, recante *"Approvazione dell'Accordo Quadro tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e le Regioni, concernente l'esercizio delle funzioni delegate ai Comitati Regionali per le Comunicazioni"*;

VISTO l'Accordo quadro del 28 novembre 2017 tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblies legislative regionali e delle Province autonome di cui alla delibera n. 395/17/CONS;

VISTA la convenzione del 29 dicembre 2017 che delega al Co.Re.Com Lombardia l'esercizio della funzione di *"vigilanza sul rispetto degli obblighi in materia di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale [...]"*;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

## 1. Fatto e Contestazione

Il Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia, nell'ambito della propria attività di monitoraggio della programmazione televisiva trasmessa dal giorno 03 al giorno 09 settembre 2019 sul servizio di media audiovisivo in ambito locale Telecolor, ha accertato, contestato e notificato, in data 10 ottobre 2019, alla società Telecolor S.r.l. la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 2, comma 1, lett. gg), d.lgs. 177/05, 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05, 37, comma 1, d.lgs. 177/05, 40, comma 1, d.lgs. 177/05 e 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP.

In particolare, il Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia ha accertato e contestato alla predetta società la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 2, comma 1, lett. gg) e 36-bis, comma 1, lett. a) del d.lgs. 177/05 nei giorni 4, 5, 7, 8 e 9 settembre 2019 durante la trasmissione dei programmi televisivi *“Laboratorio salute”*, *“Strategie in amore”* e *“Medicina amica”*, nell'art. 37, comma 1, del d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP e nell'art. 40, comma 1 del d.lgs. 177/05, dal giorno 03 al giorno 09 settembre 2019, nel corso della messa in onda della televendita relativa agli *“Orac Spice”* e durante la trasmissione del programma televisivo *“Il Cerca Salute - Life120”*.

In particolare, riguardo al programma televisivo denominato *“Laboratorio salute”* l'Organismo regionale ha specificato che trattasi di una *“trasmissione informativa in cui la conduttrice invita esperti in particolare [...] medici con l'obiettivo di far conoscere al pubblico il lavoro svolto e le loro tecniche con i relativi risvolti sulla salute”* mediante *“la diffusione di immagini delle strutture, il continuo riferimento ai servizi e prodotti offerti e da ultimo l'indicazione dei riferimenti circa l'ubicazione degli studi professionali e dei contatti”*, quali, a titolo esemplificativo, indirizzo, numeri di cellulare, e-mail e siti internet.

Riguardo alla trasmissione del programma televisivo denominato *“Il Cerca Salute”*, si è ritenuto di essere in presenza di *“un approfondimento “pseudo scientifico” rispetto ad una serie di patologie [...] in cui, attraverso l'ausilio di interviste realizzate da un moderatore ad Adriano Panzironi nella veste di “esperto” del settore, viene propagandato lo stile di vita e di prevenzione descritto nel libro “Vivere 120 anni”*.

In particolare, *“anche attraverso l'ausilio di testimonianze viene diffuso un messaggio a sfavore della medicina tradizionale, e, conseguentemente, a favore degli integratori commercializzati e dello stile di vita presentato nel libro del sig. Panzironi.*

*“Il programma sopracitato, inoltre, è intervallato da comunicazioni commerciali identificate con la scritta “telepromozione” in sovrimpressione. Tali comunicazioni, riportano, in sovrimpressione in modalità fissa, sia il numero di telefono, sia il sito internet, a cui il pubblico può rivolgersi per l'acquisto. Per quanto riguarda il contenuto della comunicazione, i due conduttori, oltre ad elencare i benefici delle spezie presenti negli integratori Orac Spice, invitano il pubblico a chiamare la numerazione telefonica in sovrimpressione al fine di acquistare gli integratori e approfittare della loro offerta, configurando quanto trasmesso come “televendita” e non, come erroneamente indicato dall'emittente, “telepromozione”.*

## 2. Deduzioni della società

Il Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia, con apposita relazione istruttoria, ha fatto presente che da parte della società Telecolor S.r.l. *“non sono pervenute memorie endoprocedimentali o richieste di audizione”*.

## 3. Valutazioni dell’Autorità

Il Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia, con deliberazione n. 109 del 13 novembre 2019, ha approvato la relazione istruttoria, ritenendo, così, *“di confermare quanto emerso nella fase istruttoria, nonché nell’atto di contestazione”*.

La suddetta proposta è meritevole di accoglimento.

Riguardo alla contestazione della violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 2, comma 1, lett. gg), d.lgs. 177/05 e 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05, dalla documentazione versata in atti, pur in assenza dell’acquisizione della prova storica del rapporto di committenza da parte del predetto Organismo regionale, tuttavia si rilevano elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, tali da far ritenere che quanto trasmesso configuri vere e proprie forme di comunicazione commerciale audiovisiva occulta dirette a stimolare l’acquisto e la fornitura di specifici prodotti e servizi senza le dovute segnalazioni.

In particolare, *“la diffusione di immagini delle strutture, il continuo riferimento di servizi e prodotti offerti e da ultimo l’indicazione dei riferimenti circa l’ubicazione degli studi professionali e dei contatti trova esclusiva giustificazione nella finalità promozionale degli interventi”*, in quanto risultano, del tutto, artificiosi, ossia non giustificabili in ragione delle particolari esigenze narrative e informative dei programmi televisivi stessi.

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quanto sopra riportato nel corso dei programmi televisivi in esame, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell’informazione fornita, assumono l’intento di promuovere l’acquisto e la fornitura dei prodotti e dei servizi offerti dagli *“esperti in particolari campi medici”*, dal momento che l’emesso televisivo in esame, tra l’altro, è incentrato su specifici servizi e/o prodotti e non su una pluralità di altri servizi e/o prodotti dello stesso genere offerti sul mercato e tra loro raffrontati, in grado, così, di offrire un’informazione completa al telespettatore.

In conclusione, quindi, attraverso una vera e propria forma di comunicazione commerciale mascherata da programma televisivo di tipo informativo e/o di intrattenimento, solo apparentemente volta alla mera conoscenza di quel determinato servizio e/o bene, se ne è stimolato la fornitura e l’acquisto, facendone specifici riferimenti di carattere promozionale.

Riguardo alla contestazione della violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 37, comma 1, del d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l’art. 3, commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP e 40, comma 1 del d.lgs. 177/05, l’asserzione in ordine alla fondatezza, in punto di fatto e di diritto, di quanto proposto a questa Autorità dal predetto Comitato regionale per le comunicazioni presuppone, necessariamente, una valutazione

in ordine all'accertamento della natura di comunicazione commerciale audiovisiva e, *in specie*, di televendita dell'emesso televisivo contestato.

In particolare, quanto contestato è classificabile come televendita per la sussistenza del requisito dell'*"offerta al pubblico"* attraverso il mezzo radiotelevisivo, ai sensi dell'art. 1336 c.c., che, in quanto tale, comporta la conclusione del contratto a seguito dell'accettazione da parte del telespettatore.

Infatti, nel caso di specie, si ritiene che sussistano gli elementi atti a individuare un'offerta al pubblico che, a norma del citato art. 1336 c.c., vale come proposta, in quanto contiene gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione è diretta, ossia la causa (la compravendita del prodotto), l'oggetto (gli integratori alimentari) e la forma (la digitazione dei numeri sulla tastiera telefonica) del contratto stipulando, sicché al telespettatore non resta che manifestare la volontà di accettare la proposta contrattuale così formulata, per aversi l'accordo tra le parti.

Il fatto che l'informazione relativa ai prodotti offerti venga ottenuta dopo aver digitato i tasti per la relativa selezione è proprio la conferma del fatto che è sufficiente la selezione numerica per giungere al perfezionamento del contratto, a fronte della permanenza dell'offerta da parte dell'operatore che, ai sensi del medesimo art. 1336 c.c., permane fino ad eventuale revoca della proposta.

Premessa, pertanto, la natura di televendita della comunicazione audiovisiva trasmessa, è indubbio che la televendita stessa debba soggiacere alle disposizioni normative dettate in materia di riconoscibilità e di distinzione dal resto del contenuto editoriale.

Nella vicenda in esame, infatti, si rileva, al di là dell'erronea presenza sullo schermo televisivo della scritta *"telepromozione"*, che nel corso della trasmissione della televendita non è presente sullo schermo televisivo o, comunque, non è percepibile da parte del telespettatore il mezzo di evidente percezione, in particolare la dicitura *"televendita"*, della comunicazione commerciale audiovisiva contestata, necessario a marcare un'adeguata discontinuità tra la televendita stessa e il resto del contenuto editoriale e, quindi, a scongiurare qualunque forma di confusione tra i due eventi, ai sensi degli artt. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 e 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP.

Con riferimento, poi, alla contestazione della violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 40, comma 1, d.lgs. 177/05, si premette che i programmi televisivi oggetto di contestazione, nel tentativo di approfondire varie questioni attinenti alcune patologie, ricorrono, principalmente, all'ausilio di interviste realizzate da un moderatore/conducente al sig.re Adriano Panzironi in veste di *"esperto"* del settore, nonché a *"testimonianze"* rese *"a sfavore della medicina tradizionale e conseguentemente a favore degli integratori commercializzati e dello stile di vita presentato nel libro del sig. Panzironi"*.

Al riguardo, si fa presente che il Consiglio Superiore della Sanità - Sezione III, con parere espresso nella seduta del 9 ottobre del 2018 ed acquisito presso gli Uffici di questa Autorità in data 22 gennaio 2019 (prot. n. 0025168), ha attestato che *"il Metodo Life 120 si basa su argomentazioni non supportate da evidenza scientifica; nega evidenze scientifiche già consolidate; diffonde informazioni non corroborate da alcuna evidenza relativamente alla associazione causa- effetto per alcune malattie e relativi fattori di rischio (il consumo di carboidrati complessi come ad esempio gli amidi sono il vero motivo dell'epidemia tumorale)"*



*e pertanto invita all'abbandono delle terapie ufficiali per tali patologie; incorre in imprecisioni ed errori grazi, promette effetti su stato di salute e longevità biologicamente non plausibili e non dimostrabili, presuppone un'integrazione di nutrienti e sostanze bioattive, a dosi talvolta farmacologiche, non giustificate scientificamente; di fatto contribuisce alla disinformazione nutrizionale promuovendo una maleducazione al comportamento alimentare; inoltre, si rileva che il sig. Adriano Panzironi non è in possesso di alcun titolo abilitante alla prescrizione o alla elaborazione di diete”.*

Tanto premesso, “*ciò che rileva più incisivamente rispetto alle modalità di divulgazione dello “stile di vita Life 120” e della conseguente pubblicizzazione degli integratori prescritti da tale metodica sono le “testimonianze” da parte di soggetti, perlopiù affetti da patologie, inserite nelle varie puntate del “cerca salute” i quali, invitati a raccontare le proprie esperienze, narrano delle intervenute “guarigioni” o, comunque, del miglioramento delle loro condizioni di salute, confrontandole con quelle maturate con l'utilizzo di metodi di cura tradizionali”, di per sé tali “da diffondere un messaggio di sfavore verso la medicina tradizionale e, conseguentemente, di favore nei confronti degli integratori “commercializzati” ( si vedano delibere nn. 72/19/CSP del 21 marzo 2019 e 229/19/CSP del 17 ottobre 2019).*

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art.2, comma 1, lett.gg), d.lgs. 177/05, si intende per “*comunicazione commerciale audiovisiva occulta”, 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 dal fornitore di servizi di media per perseguire scopi pubblicitari e possa ingannare il pubblico circa la sua natura. Tale presentazione si considera intenzionale, in particolare, quando è fatta dietro pagamento o altro compenso”.*

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 36-bis, comma 1, d.lgs. 177/05, “*le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori di servizi di media soggetti alla giurisdizione italiana rispettano le seguenti prescrizioni: a) le comunicazioni commerciali audiovisive sono prontamente riconoscibili come tali; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte”;*

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05, “*la pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili e distinguibili dal contenuto editoriale. Senza pregiudicare l'uso di nuove tecniche pubblicitarie, la pubblicità televisiva e le televendite devono essere tenute nettamente distinte dal resto del programma con mezzi ottici ovvero acustici o spaziali”;*

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP, “*la pubblicità e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili come tali e distinguersi nettamente dal resto della programmazione attraverso l'uso di mezzi di evidente percezione, ottici nei programmi televisivi, o acustici nei programmi radiofonici, inseriti all'inizio e alla fine della pubblicità o della televendita” (comma 1) e ancora (comma 2) “Le emittenti televisive sono tenute a inserire sullo schermo, in modo*

*chiaramente leggibile, la scritta “pubblicità” o “televendita”, rispettivamente nel corso della trasmissione del messaggio pubblicitario o della televendita”;*

CONSIDERATO che, ai sensi del citato art. 40, comma 1, d.lgs. 177/05, “è vietata la televendita che vilipenda la dignità umana, comporti discriminazioni di razza, sesso o nazionalità, offenda convinzioni religiose e politiche, induca a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza o la protezione dell'ambiente. È vietata la televendita di sigarette o di altri prodotti a base di tabacco”;

RITENUTA, pertanto, per la violazione del disposto di cui agli artt. 2, comma 1, lett. gg), d.lgs. 177/05, 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05, 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP e 40, comma 1, d.lgs. 177/05 la sussistenza dei presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.033,00 (milletrentatre/00) a euro 25.823,00 (venticinquemilaottocentoventitre/00), ai sensi del combinato disposto dei commi 1, lett. b), 2, lett. a) e 5, dell'art. 51, decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per la singola violazione contestata nella misura corrispondente a due volte e mezzo il minimo edittale della sanzione pari a euro 2.582,50 (duemilacinquecentottantadue/50) al netto di ogni altro onere accessorio e che in tale commisurazione rilevano, altresì, i seguenti criteri, di cui all'articolo 11 della legge n. 689/1981:

#### **A. Gravità della violazione**

Il comportamento posto in essere dalla società Telecolor S.r.l. deve ritenersi di gravità elevata, in considerazione della rilevazione di non isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali, comunque, da comportare per i telespettatori significativi effetti pregiudizievoli; costoro, infatti, non percepiscono in modo immediato lo scopo commerciale di quanto trasmesso soprattutto in riferimento ad un bene, quale quello della salute, la cui tutela necessita di garanzie privilegiate. Inoltre, la messa in onda di comunicazioni commerciali audiovisive non riconoscibili come tali e distinguibili dal resto della programmazione televisiva, oltre a comportare indebiti vantaggi economici per il fornitore del servizio di media audiovisivo in esame, ha minato l'aspettativa dei telespettatori a fruire di programmi televisivi il più possibile integri.

#### **B. Opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione**

La società Telecolor S.r.l. non ha documentato di aver posto in essere un adeguato comportamento in tal senso.

#### **C. Personalità dell'agente**

La predetta società, in quanto titolare di autorizzazione alla fornitura di servizio media audiovisivo in ambito locale, deve essere dotata di un'organizzazione interna, anche di

controllo, idonea a garantire il pieno rispetto del quadro legislativo e regolamentare vigente.

#### **D. Condizioni economiche dell'agente**

In considerazione della situazione economica della predetta società che presenta condizioni economiche positive con un bilancio ultimo disponibile al 31 dicembre 2018 in utile (fonte: Registro Imprese), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura come sopra indicata.

CONSIDERATO che, nel caso concreto, ricorre il c.d. concorso materiale di illeciti, in quanto la messa in onda, frazionata nel tempo, di distinti programmi televisivi - "Laboratorio salute", "Strategie in amore", "Medicina amica" e "Il Cerca Salute - Life120" - nell'arco temporale di sette giornate di programmazione televisiva deve essere trattata quale commissione di più illeciti posti in essere con una pluralità di condotte distinte, tale da comportare, sotto il profilo sanzionatorio, l'applicazione della disciplina del c.d. cumulo materiale delle sanzioni;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura di euro 18.077,50 (diciottomilasettantasette/50) corrispondente a due volte e mezzo il minimo edittale pari a euro 2.582,50 (duemilacinquecentottantadue/50) previsto per la singola violazione moltiplicata per n. sette (n. 7) giornate di programmazione televisiva secondo il principio del cumulo materiale delle sanzioni;

UDITA la relazione del Commissario Francesco Posteraro, relatore ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento della Autorità*;

#### **ORDINA**

a Telecolor S.r.l. -codice fiscale 00899860191- con sede legale in Cremona (CR), via Antiche Fornaci n. 44, fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Telecolor" di pagare la sanzione amministrativa di euro 18.077,50 (diciottomilasettantasette/50), al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 2, comma 1, lett. gg), d.lgs. 177/05, 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05, 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP e 40, comma 1, d.lgs. 177/05 nei termini descritti in motivazione, ai sensi e per gli effetti dell'art. 51 del d.lgs. n. 177/2005.

#### **INGIUNGE**

alla citata società di versare la predetta somma alla Sezione di Tesoreria Provinciale dello Stato di Roma, utilizzando il c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2380, capo X, bilancio di previsione dello Stato o mediante bonifico bancario utilizzando il codice



IBAN n. IT 42H 01000 03245 348 0 10 2380 00, evidenziando nella causale “*Sanzione amministrativa irrogata dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 11/20/CSP*”, entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell’articolo 27 della citata legge n. 689/81.

Entro il termine di dieci giorni dal versamento, dovrà essere inviata in originale, o in copia autenticata, a quest’Autorità quietanza dell’avvenuto versamento, indicando come riferimento “*Delibera n. 11/20/CSP*”.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla parte e pubblicata sul sito *web* dell’Autorità.

Roma 13 febbraio 2020

IL PRESIDENTE  
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE  
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato  
IL SEGRETARIO GENERALE *f.f.*  
Nicola Sansalone