

DELIBERA N. 122/19/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE ALLA SOCIETÀ TELESETTELAGHI S.R.L.
(FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO
LOCALE “TELESETTELAGHI”) PER LA VIOLAZIONE DELLE
DISPOSIZIONI NORMATIVE CONTENUTE NELL’ART. 36-BIS,
COMMA 1, LETT. A), DEL D.LGS. N. 177/05 E NELL’ART. 3,
COMMI 1 E 2, DELLA DELIBERA N. 538/01/CSP
(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. LOMBARDIA N. 1/2019 - PROC. 23/19/ZD-CRC)**

L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 22 maggio 2019;

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. 104, recante “*Attuazione dell’art. 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

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

VISTA la delibera n. 538/01/CSP, del 26 luglio 2001, recante “*Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 12/08/CSP;

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;

VISTA la legge n. 20 della regione Lombardia, del 28 ottobre 2003, recante “*Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni (CO.RE.COM.)*”;

VISTA la delibera n. 52/99/CONS, del 28 aprile 1999, recante “*Individuazione degli indirizzi generali relativi ai Comitati regionali per le comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 53/99/CONS, del 28 aprile 1999, recante “*Approvazione del regolamento relativo alla definizione delle materie di competenza dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delegabili ai Comitati regionali per le comunicazioni*”;

VISTA la Convenzione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e il Comitato regionale per le comunicazioni della Regione Lombardia sottoscritta in data 16 dicembre 2009 per l’attuazione della delega di funzioni in tema di comunicazioni al predetto Comitato regionale per le comunicazioni;

VISTA la delibera n. 316/09/CONS, del 10 giugno 2009, recante “*Delega di funzioni ai Comitati per le comunicazioni*” e, in particolare, l’Allegato A concernente “*Convenzione per l’esercizio delle funzioni delegate in tema di comunicazioni di cui all’art. 3 dell’Accordo quadro*”;

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 Assemblee legislative regionali e delle Province autonome di cui alla delibera n. 395/17/CONS;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia - cont. n. 1/2019 - è stata accertata, contestata e notificata, in data 11 gennaio 2019, la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 36-*bis* comma 1, *lett. a*), del d.lgs. n. 177/05 e 3, commi 1 e 2, della delibera n. 538/01/CSP, nei giorni 25, 26 e 28 novembre 2018 e

1° dicembre 2018, da parte della società Telesettelaghi S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “Telesettelaghi”.

In particolare, il programma televisivo «*Golf Television si presenta come di approfondimento sportivo, è dedicato interamente alla promozione del Chervò Golf Spa & Resort di San Vigilio i cui proprietari sono ospiti in studio. Il conduttore esordisce immediatamente con: “... il presente e il futuro di una delle più belle strutture che abbiamo in Italia Chervo golf san Vigilio”. Alle 12:34:30 il titolare Pietro Apicella parla della vittoria, per il secondo anno, del premio Italy’s Best Golf Hotel (il riconoscimento viene inquadrato più volte), “è appena arrivato l’ennesimo premio, scusate la presunzione ma abbiamo appena vinto l’Italy’s best golf hotel ... ma la soddisfazione più grossa è che è la somma dei voti dei nostri ospiti. Questa manifestazione viene eletta direttamente dalle persone che ci hanno frequentato... abbiamo uno staff molto ambizioso e questo ci permette di avere ottimi successi...” il dott. Apicella continua per svariati minuti a elencare tutti i premi che la struttura ha ricevuto durante l’anno, mentre a tutto schermo si susseguono diverse immagini della struttura. Il conduttore a questo punto interpella Sara Apicella: “voi siete a Sirmione, a due passi dal lago ma soprattutto avete una struttura per cui il cliente una volta entrato da voi non ha voglia di uscire, una volta che entra da voi, perché lo coccolate in mille modi”. Sara Apicella parla della struttura indicando le attività e i servizi offerti ai clienti: “possono fermarsi in spa, a bordo piscina vedo che le immagini che stanno scorrendo danno riscontro a quello che sto dicendo” e ancora con l’accompagnamento di immagini del resort il conduttore commenta: “è una meraviglia all’interno dello Chervò”. Giova sottolineare come il conduttore esorti il titolare della struttura a parlare “con calma” della struttura e in più occasioni esprima il proprio favorevole giudizio sui servizi, sul campo da golf e sulla struttura in generale. Da ultimo la trasmissione in parola si chiude con una analisi dei progetti di ampliamento della struttura e con la presentazione di un romanzo ispirato all’ hotel, mentre sullo schermo si susseguono le immagini della struttura stessa.[...]».*

In riferimento invece al programma “*On Race TV*”, trattasi di un «*programma a carattere informativo sulle corse automobilistiche, nel corso dello stesso, compaiono, in sovrimpressione, le pubblicità non segnalate di due diversi prodotti in particolare “Go Pro” e “Athena” i loghi/marchi appena citati non presentano alcuna segnalazione visiva o sonora e appaiono nel centro dello schermo in tre diversi momenti del programma - alle ore 14:11, 14:14 e 14:16 del giorno 28 novembre e alle ore 20:34, 20:37 e 20:40*».

2. Deduzioni della società

La parte, nel presentare al Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia appositi scritti difensivi datati 4 febbraio 2019, ha chiesto l’archiviazione del procedimento sanzionatorio, eccependo quanto segue:

- La trasmissione del programma televisivo “*Golf Television*” “*non prevede alcun guadagno economico da parte della sottoscritta emittente*”.
- “*Tale formato ha una distribuzione capillare su tutto il territorio italiano*”.
- “*La società Fratelli di Golf è produttrice di tale format e specializzata nel campo del golf e si avvale di giornalisti professionisti*”.
- La trasmissione del programma televisivo “*On Race TV*” “*non prevede alcun guadagno economico da parte della sottoscritta emittente*”.
- “*Tale formato ha una distribuzione capillare su tutto il territorio italiano*”.
- “*La società Go-TV è produttrice di tale format da oltre 15 anni e specializzata nel campo delle gare automobilistiche e si avvale di giornalisti professionisti*”.

Nel corso della trasmissione del programma televisivo “*Golf Television*” “*erano ospiti in studio [...] che ricoprono anche il ruolo rispettivamente di Presidente e responsabile marketing del Circolo sportivo Golf Club Chervò San Vigilio [...] e con loro durante la trasmissione si è approfondita la situazione generale del golf italiano, oltre ad aver dato risalto ad una notizia giornalmisticamente rilevante, ossia la conquista nel mondo del golf di un prestigioso premio e riconoscimento a livello internazionale [...] Non c’è stata nessuna forma di remunerazione legata all’argomento trattato né dalla società Fratelli di Golf né tantomeno della sottoscritta emittente. In merito alla trasmissione On Race TV il contributo video andato in onda nella trasmissione in oggetto è stato concesso da un pilota che ha partecipato alla gara [...] e siccome l’on-board camera è stato effettuato da un Go Pro sono apparsi i marchi della telecamera. I marchi apparsi non sono in alcun modo sponsor pubblicitari né della società Go-Tv Production né tanto meno della sottoscritta emittente*”.

Le società produttrici dei *format* relativi ai programmi televisivi in esame hanno sostenuto, con scritti difensivi datati 1° febbraio 2019, che non sussistono le predette infrazioni.

In particolare, la società Fratelli di Golf S.a.s. ha evidenziato come “*la finalità del programma era unicamente quella di informare ed intrattenere i telespettatori e non certo quella di promuovere il Chervò Golf Spa e Resort di San Vigilio*”.

Successivamente, in sede di audizione tenutasi in data 4 febbraio 2019, la parte ha sostenuto che «*la programmazione dell’emittente è da sempre lineare, corretta e attenta. Le due tipologie trasmesse pervengono all’emittente come format chiusi e su questi viene, necessariamente, effettuato un controllo generale per macro aree. In particolare, Golf Television è un programma trasmesso dal novembre 2018, che vanta una struttura organizzativa storica così come il secondo programma, che tra l’altro è un format che va in onda su diverse emittenti televisive. Entrambi i format sono di buona fattura. [...] Golf Television è una trasmissione giornalistica settimanale che va in onda da 5 anni e che non ha mai avuto problemi o contestazioni. È formata da diverse rubriche tra cui “il maestro dice” e “le regole”, è stato presentato un libro ambientato per la prima volta al*

mondo su un campo da golf, in particolare quello oggetto della contestazione e su un campo americano. Questo a riprova che si tratta di notizie giornalistiche. Da ultimo si sottolinea che non è stato fatto alcun riferimento ai costi per accedere alla struttura. Entrambe le trasmissioni sono trasmesse a titolo gratuito. In riferimento alla trasmissione On Race” la parte “si rimette alla memoria endoprocedimentale”».

3. Valutazioni dell’Autorità

Il Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia, con deliberazione n. 9 del 20 febbraio 2019, ha approvato la relazione istruttoria che ha confermato quanto contestato, ossia la violazione degli artt. 36-bis, comma 1, *lett. a)*, del d.lgs. n. 177/05 e 3, commi 1 e 2, della delibera n. 538/01/CSP da parte della società Telesettelaghi S.r.l., come sopra esposto.

Quanto testé riportato risulta meritevole di accoglimento.

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 telepromozione dell’emesso televisivo contestato.

Come noto, la telepromozione si presenta come una delle innumerevoli e multiformenti tecniche di promozione commerciale finalizzate a incrementare la notorietà di una determinata impresa mediante la presentazione dei suoi prodotti o servizi, marchi, segni distintivi in genere, ai sensi dell’art. 2, comma 1, *lett. mm)*, del d.lgs. n. 177/05 e dell’art. 1, comma 1, *lett. f)*, della delibera n. 538/01/CSP.

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 la comunicazione commerciale audiovisiva contestata, in quanto diretta a stimolare la fornitura di specifici servizi, sia da qualificarsi, appunto, come telepromozione.

In particolare, tali elementi presuntivi si rinvencono sia nel formato utilizzato dell’emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature indugianti in modo insistito e ripetuto sulla struttura, inserite in modo artificioso nell’ambito del programma televisivo stesso, non giustificabili in ragione delle particolari esigenze narrative-informative dello stesso, dall’esposizione insistita e ripetuta della struttura stessa e in particolare dei servizi offerti sia nel ricorso a un linguaggio, a sua volta, caratterizzato da toni particolarmente elogiativi reiterati, riferiti al bene da parte del conduttore, elementi rafforzati, per di più, dalla presenza in studio del Presidente e del Responsabile *marketing* del *Chervò Golf Spa & Resort di San Vigilio*.

Sulla base di tali indizi, quindi, l'esibizione e la descrizione della suddetta struttura e, in particolare, come precisato dal Comitato regionale per le comunicazioni Lombardia, di *“immagini della struttura che nulla hanno a che vedere con il golf (spa, piscine, e specifici servizi del resort)”*, non può certamente considerarsi, alla luce del contesto in cui è inserita, meramente casuale o occasionale, essendo, comunque, frutto di una scelta condivisa tra l'impresa che beneficia della esposizione della struttura stessa e il fornitore del servizio di media audiovisivo *“Telesettelaghi”*.

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quella determinata struttura, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell'informazione fornita, assumono l'esplicito intento di promuoverla.

In conclusione, contrariamente, quindi, a quanto eccepito dalla parte, 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 bene, si è stimolato la fornitura dei relativi servizi mediante la sua esibizione e, comunque, facendone specifici riferimenti di carattere promozionale.

Riguardo, poi, alla contestazione della violazione dell'art. 3, commi 1 e 2, della delibera n. 538/01/CSP, si ritiene che non si possa accogliere l'eccezione sollevata dalla parte, in quanto le modalità di raffigurazione dei suddetti marchi in modo insistito e ripetuto sullo schermo televisivo, chiaramente leggibili, e inseriti in modo artificioso nel corso della trasmissione del programma televisivo, assumono l'esplicito intento di pubblicizzarli.

Premessa, pertanto, la natura di comunicazione commerciale audiovisiva dell'emesso televisivo in esame, riguardo alla valutazione in ordine alla sua riconoscibilità e alla sua distinguibilità rispetto al resto del contenuto editoriale, è indubbio che non sono presenti, sullo schermo televisivo, i prescritti mezzi di evidente percezione necessari a marcare un'adeguata discontinuità tra la comunicazione commerciale audiovisiva stessa e il resto della programmazione televisiva e, quindi, tali da scongiurare qualunque forma di confusione tra i due eventi, ai sensi dell'art. 3, commi 1 e 2, della delibera n. 538/01/CSP;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 36-bis, comma 1, lett. a), del d.lgs. n. 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. 3, commi 1 e 2, della 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 [...]»;

- *«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»;*

RITENUTA, pertanto, 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 dell'art. 51, commi 2, *lett. a*), e 5, del 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 al doppio del minimo edittale della sanzione pari a euro 2.066,00 (duemilasessantasei/00), al netto di ogni altro onere accessorio, e che in tale commisurazione rilevano altresì i seguenti criteri, di cui all'art. 11, della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di entità media, in considerazione della rilevazione di non isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate nel corso di quattro giornate di programmazione televisiva, tali da comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori che non percepiscono in modo immediato lo scopo promozionale di quanto trasmesso.

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

La società in esame non ha documentato di aver posto in essere un adeguato comportamento in tal senso.

C. Personalità dell'agente

La società in esame 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 società Telesettelaghi S.r.l. che presenta condizioni economiche non negative con un bilancio al 31 dicembre 2017 non in perdita (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 formale eterogeneo di illeciti, in quanto la messa in onda, seppur frazionata nel tempo/ripetuta in un preciso e ridotto arco temporale, della medesima comunicazione commerciale audiovisiva ha comportato in capo alla società Telesettelaghi S.r.l. la commissione con una sola azione di più violazioni di diverse disposizioni normative;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione della disposizione normativa contestata nella misura di euro 5.165,00 (cinquemilacentosessantacinque/00) corrispondente al doppio del minimo edittale previsto per la singola violazione aumentata a due volte e mezzo secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni, ai sensi dell'art. 8, comma 1 della legge n. 689/1981;

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

ORDINA

alla società Telesettelaghi S.r.l., cod. fisc. 01546250125, con sede legale in Gavirate (VA), viale Ticino, n. 3, fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Telesettelaghi", di pagare la sanzione amministrativa di euro 5.165,00 (cinquemilacentosessantacinque/00), al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto, per la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 36-bis, comma 1, lett. a), del d.lgs. n. 177/05 e 3, commi 1 e 2, della delibera n. 538/01/CSP 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. 122/19/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. 122/19/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, 22 maggio 2019

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecchi