



DELIBERA N. 126/23/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DI TELEVENEZIA S.R.L.
(FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO
LOCALE “TELEVENEZIA”) PER LA VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE
NORMATIVA CONTENUTA NELL’ART. 43, COMMA 1, LETT. A), D.LGS.
208/21 E NELL’ART. 13, COMMA 3, D.M. 581/93**

(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. VENETO N. 01/23)

L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 15 giugno 2023;

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*”;

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

VISTA la legge 22 aprile 2021, n. 53, recante “*Delega al Governo per il recepimento delle direttive europee e l’attuazione di altri atti dell’Unione europea - legge di delegazione europea 2019-2020*”, in particolare l’articolo 3;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*”;

VISTO il Decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, recante “*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico*”;

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. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, recante “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 565/14/CONS;

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. 434/22/CONS;

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. 437/22/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 legge della Regione Veneto n. 18 del 10 agosto 2001, recante “*Istituzione, Organizzazione e Funzionamento del Comitato Regionale per le Comunicazioni (Corecom)*”, come modificata dalla legge Regione Veneto n. 2 del 4 febbraio 2021;

VISTO l’Accordo Quadro del 28 novembre 2017 tra l’Autorità, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblies Legislative delle Regioni e delle Province autonome, concernente l’esercizio delle funzioni delegate ai CO.RE.COM. in tema di comunicazioni, conforme al testo approvato dall’Autorità con delibera n. 395/17/CONS, del 19 ottobre 2017;

VISTA la “*Convenzione per il conferimento e l’esercizio della delega di funzioni ai Comitati regionali per le comunicazioni*”, sottoscritta in data 26 marzo 2018 tra l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e il Comitato Regionale per le Comunicazioni Veneto;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e Contestazione

Nell’ambito dell’attività di vigilanza svolta dal Comitato regionale per le comunicazioni Veneto è stata rilevata la presunta violazione della disposizione normativa di cui all’art. 43, comma 1, lett. *a*), d.lgs. 208/21 in combinato disposto con l’art. 3, delibera n. 538/01/CSP da parte della società Televeneziana S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale Televeneziana nel corso della trasmissione della programmazione televisiva del giorno 4 novembre 2022.

Il Comitato regionale per le comunicazioni Veneto ha accertato, contestato e notificato, in data 31 gennaio 2023, alla succitata società la presunta violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 43, comma 1, lett. a), d.lgs. 208/21 in combinato disposto con l'art. 3, delibera n. 538/01/CSP.

In particolare, è stata accertata e contestata alla predetta società la trasmissione sul predetto servizio di media audiovisivo, il giorno 04 novembre 2022, del *“programma “Bella Liguria” nel corso del quale sono state effettuate le seguenti comunicazioni commerciali volte a promuovere la concessionaria Autorighi di Chiavari (GE) non prontamente riconoscibili e distinguibili dal resto della programmazione e senza l'utilizzo delle prescritte segnalazioni ottiche: alle ore 5.01'30” le riprese del programma cominciano con il “primo piano” dell'insegna della concessionaria Volkswagen “Autorighi”; – alle ore 05.04'56” il conduttore del programma -senza cambio di contesto scenico- rivolge “un grazie agli amici di Autorighi di Chiavari che ci danno la possibilità di arrivare qui con questa nuova Up [...] un'autovettura piccola, spaziosa grintosa con questi 90 cavalli...”; – alle ore 05.17'07” il conduttore del programma -sempre senza cambio di contesto scenico- indirizza un nuovo ringraziamento agli “amici di Autorighi di Chiavari che ci hanno dato davvero la possibilità di divertirci con questa autovettura...” ed esorta pure i telespettatori con queste parole “andate a vedere tutta l'intera gamma Volkswagen a vostra completa disposizione”.*

2. Deduzioni della società

La parte, nel presentare al predetto Organismo regionale scritti difensivi, in data 22 febbraio 2023, ha eccepito quanto segue.

“Dall'analisi del filmato trasmesso in data 4.11.2022 dalle 05.01 al 05.19 (programma Bella Liguria) non ravvisiamo nessuna pubblicità occulta in quanto il conduttore si limita a ringraziare il concessionario per aver messo a disposizione l'autoveicolo funzionale allo spostamento per mostrare ed illustrare le bellezze della località di Camogli, tanto che il conduttore ringrazia il Comune per aver concesso il permesso di raggiungere con l'autoveicolo la piazza di Camogli per lo svolgimento delle finalità illustrative e culturali del programma. Lo stesso sindaco viene successivamente intervistato al fine di illustrare le bellezze ed attrazioni turistiche e culturali della propria città. Evidenziamo altresì che tale rubrica, come si evince dai titoli di coda, non è di nostra produzione, bensì dell'emittente TELEGENOVA, per cui non avremmo avuto in ogni caso alcun interesse o vantaggio dalla messa in onda del programma, che avveniva a titolo gratuito e con finalità esclusivamente culturali”.

3. Valutazioni dell'Autorità

Ad esito dell'istruttoria svolta, il predetto Organismo regionale ha deliberato, in data 22 marzo 2023, di approvare la relazione istruttoria conclusiva in ordine alla *“prosecuzione del procedimento sanzionatorio”.*

In particolare, il Comitato regionale per le comunicazioni Veneto ha evidenziato quanto segue.

“Il conduttore del programma, esortando espressamente gli spettatori a recarsi presso il punto vendita per “vedere tutta l’intera gamma Volkswagen a vostra completa disposizione” non si limita affatto alla semplice espressione di gratitudine nei confronti della concessionaria di auto, è di tutta evidenza la differenza che intercorre tra il ringraziamento rivolto ai rappresentanti di un ente territoriale e quello indirizzato ad un operatore commerciale, soprattutto ove si tenga a mente quanto precisato dallo stesso TUSMA in uno dei suoi primissimi articoli (il n. 3), dedicato alle “Definizioni” ove, tra l’altro, è stabilito che “Ai fini del presente testo unico si intende per: [...] oo) «comunicazione commerciale audiovisiva»: immagini, siano esse sonore o non, destinate a promuovere, direttamente o indirettamente, i beni, i servizi o l’immagine di una persona fisica o giuridica che esercita un’attività economica [...]”.

Nessun dubbio quindi che tanto il ringraziamento rivolto alla concessionaria Autorighi di Chiavari, quanto l’esortazione a recarsi per vedere l’intera gamma Volkswagen, si risolvano in una promozione dei servizi e/o dell’immagine di un operatore che esercita un’attività economica e che pertanto ci si trovi di fronte ad una vera e propria comunicazione commerciale audiovisiva la quale deve conseguentemente soggiacere alla normativa di riferimento: essa non solo deve essere “prontamente riconoscibile come tale” (art. 43 comma 1, lettera a Tusma), ma deve anche essere distinta “nettamente dal resto della programmazione attraverso l’uso di mezzi di evidente percezione, ottici nei programmi televisivi, o acustici nei programmi radiofonici (art. 3 del Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite” approvato con delibera AGCOM n. 538/01/CSP).

Se, in astratto (e non certo nel caso concreto in cui perfino lo stesso FSMA ha asserito di non ravvisare la presenza di alcuna comunicazione commerciale), si potrebbe anche discettare sulla latente soggettività e mutevolezza del concetto di “riconoscibilità”, il fatto che nella trasmissione oggetto di contestazione non si sia fatto ricorso ad alcuna delle prescritte segnalazioni ottiche appare assolutamente evidente ed incontrovertibile.

Con riferimento all’altra argomentazione contenuta negli scritti difensivi secondo la quale, essendo il programma prodotto da altra emittente, non vi sarebbe stato “alcun interesse o vantaggio dalla messa in onda del programma, che avveniva a titolo gratuito e con finalità esclusivamente culturali”, si ritiene che la stessa non possa essere accolta sic et simpliciter come causa esimente della responsabilità della società Televenezia Srl. Secondo il costante orientamento dell’Autorità, infatti, il soggetto autorizzato a fornire contenuti audiovisivi resta sempre responsabile dell’emesso, persino “in presenza della scelta editoriale di interconnettersi con altro fornitore di contenuti, allo scopo di dividerne, nel proprio bacino, la programmazione” e deve comunque essere sempre dotato “di un’organizzazione interna, anche di controllo, idonea a garantire il pieno rispetto del quadro legislativo e regolamentare vigente” (così, ex multis, Delibera Agcom n. 93/20/CSP). Si ritiene quindi che le circostanze da ultimo addotte dalla società, potranno tutt’al più essere tenute in considerazione dall’Autorità nel processo di quantificazione della specifica sanzione da irrogare”.

La proposta del Comitato regionale per le comunicazioni Veneto risulta parzialmente meritevole di accoglimento.

In punto di diritto, la valutazione dell’Autorità, in ipotesi di trasmissione di comunicazione commerciale audiovisiva occulta, richiede due fasi distinte.

Nella prima fase – volta ad accertare la natura commerciale della comunicazione e, *in specie*, di telepromozione – la presenza di uno scopo promozionale, di per sé incompatibile con finalità informative, è verificata mediante la prova storica del rapporto di committenza intercorrente tra il fornitore del servizio di media audiovisivo e l’impresa produttrice del bene o fornitrice del servizio.

Qualora tale rapporto non sia riscontrabile, o venga negato, assume rilevanza la prova indiretta fondata su elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, dai quali possa desumersi la natura promozionale della comunicazione commerciale audiovisiva.

Nella seconda fase valutativa – diretta a stabilire la riconoscibilità del messaggio promozionale – occorre accertare se il fornitore del servizio di media audiovisivo abbia effettivamente adottato tutti gli accorgimenti necessari a consentire ai destinatari di distinguere agevolmente tale comunicazione commerciale dal contenuto editoriale.

Ora, nella vicenda in esame, pur in assenza della prova storica del rapporto di committenza tra il beneficiario della comunicazione commerciale e la società Televeneziana S.r.l., tuttavia la natura commerciale della comunicazione stessa, come sopra evidenziato, si è desunta mediante il ricorso allo strumento probatorio indiretto fondato su specifici elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, valutati nella loro interezza e non estrapolati dal loro contesto, quali il contenuto e il tono del messaggio nonché il contesto generale nel quale il messaggio stesso è stato inserito.

In particolare, con riguardo al primo criterio incentrato sul contenuto della comunicazione, la valenza pubblicitaria della medesima è desumibile dal fatto che non è presente nel corso della trasmissione del programma televisivo il riferimento a prodotti diversi appartenenti allo stesso genere e forniti da imprese concorrenti, al fine di offrire un’informazione il più completa possibile al telespettatore.

Quanto al tono del messaggio, se ne evidenzia il carattere particolarmente enfatico, elogiativo con il ricorso, a titolo esemplificativo, a espressioni pronunciate dal conduttore, quali “*Quest’oggi speciale auto con Autorighi [...]*”, “*grazie agli amici di Autorighi di Chiavari [...]*” e “*vorrei ringraziare gli amici di Autorighi di Chiavari che ci hanno davvero dato la possibilità di divertirci con questa autovettura [...]*”.

Quanto al contesto generale nel quale il messaggio viene inserito, il formato utilizzato dell’emesso televisivo in esame risulta caratterizzato da inquadrature del marchio *Autorighi* inserite in modo artificioso nel corso della messa in onda del programma televisivo denominato “*Bella Liguria*”, non giustificabili in ragione delle particolari esigenze narrative-informative del programma televisivo stesso, incentrate, a dire della parte stessa, a “*mostrare ed illustrare le bellezze della località di Camogli*”.

In altri termini, la rappresentazione del marchio *Autorighi* non appare giustificata dal contesto del programma televisivo, in quanto l’illustrazione delle “*bellezze ed attrazioni turistiche e culturali*” della località di Camogli non necessita di un

riferimento verbale e visivo, così puntuale ed evidente, al citato marchio e ad una specifica autovettura.

Sulla base di tali indizi, quindi, le reiterate citazioni verbali e apparizioni visive del suddetto marchio non possono certamente considerarsi meramente casuali o occasionali, essendo, comunque, frutto di una scelta condivisa tra l'impresa che beneficia della esposizione del proprio marchio e il fornitore del servizio di media audiovisivo "Televeneziam".

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quel determinato marchio e la citazione del medesimo, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell'informazione fornita, assumono l'esplicito intento di promuovere il marchio stesso.

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 marchio, si è stimolato la promozione del medesimo, dissimulandone la finalità promozionale non chiaramente riconoscibile come tale dal pubblico.

Come noto, la telepromozione si presenta come una delle innumerevoli e multiformi 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. 3, comma 1, lett. vv), d.lgs. 208/21 e dell'art. 1, comma 1, lett. f), delibera n. 538/01/CSP.

Dalla documentazione versata in atti risulta che la comunicazione commerciale audiovisiva in esame diretta a stimolare, mediante il ricorso a toni particolarmente elogiativi e senza l'allestimento di un *set ad hoc* con una scenografia diversa da quella propria del resto del programma televisivo, la promozione - c.d. invito a proporre - di uno specifico marchio, debba essere qualificata come telepromozione.

Infatti, ricorrendo, tra l'altro, all'espressione "*andate a vedere tutta l'intera gamma Volkswagen a vostra completa disposizione*", il conduttore del programma televisivo sollecita una successiva transazione che avverrà, al di fuori dello spazio televisivo, ove la comunicazione commerciale è diffusa.

Sussiste, pertanto, sia il quadro indiziario plurimo, sia la congruenza e la non equivocità del medesimo, quale prova dell'avvenuta messa in onda di una telepromozione occulta.

Acclarata, pertanto, la natura di telepromozione della comunicazione audiovisiva trasmessa e considerata la prospettazione di un rapporto di *genus ad speciem* fra pubblicità e telepromozione, è indubbio che anche la telepromozione debba soggiacere alle disposizioni normative dettate in materia di riconoscibilità e di distinzione dal contenuto editoriale.

Nella vicenda in esame, riguardo alla valutazione in ordine alla riconoscibilità e distinzione della telepromozione è indubbio che nel corso della trasmissione della stessa non siano presenti i mezzi di evidente percezione necessari a marcare un'adeguata

discontinuità tra il messaggio promozionale in esame e il contenuto editoriale e, quindi, tali da scongiurare qualunque forma di confusione tra i due eventi.

È pur vero, però, che, riguardo alla specifica contestazione della violazione dell'art. 3, delibera n. 538/01/CSP, sia, del tutto, inconferente il riferimento alla norma testé menzionata nell'atto di contestazione stesso, in quanto, come sopra precisato, pur prospettandosi un rapporto di *genus ad speciem* fra pubblicità televisiva e telepromozione e, quindi, la soggezione della telepromozione alle disposizioni normative dettate in materia di riconoscibilità al pari dello *spot* pubblicitario, tuttavia l'obbligo di rendere riconoscibile e distinguibile dal resto della programmazione televisiva la telepromozione “*mediante la scritta messaggio promozionale*” per tutta la sua durata è prescritto dalla specifica disposizione contenuta nell'art. 13, comma 3 del Decreto ministeriale n. 581 del 9 dicembre 1993 recante “*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico*” e non da quella contenuta nell'art. 3, delibera n. 538/01/CSP, che, invece, è dettata per disciplinare la riconoscibilità e la distinzione dello *spot* pubblicitario e della televendita mediante l'inserimento sullo schermo, in modo chiaramente leggibile, della scritta “*pubblicità*” o “*televendita*”, rispettivamente nel corso della trasmissione del messaggio pubblicitario o della televendita.

Riguardo a quest'ultimo punto, nella vicenda in esame, premessa la rispondenza tra i fatti contestati e quelli posti a sostegno del provvedimento sanzionatorio, l'obbligo della contestazione della violazione, prescritto dall'art. 14 della l. 24 novembre 1981 n. 689 a tutela del diritto di difesa del trasgressore, è da ritenersi osservato, pure in presenza, nel relativo provvedimento, di un errore circa l'individuazione della norma di legge applicabile – art. 3, delibera n. 538/01/CSP anziché art. 13, comma 3, d.m. 581/93 - poi, emendato con la presente ordinanza-ingiunzione adottata per fatti inclusi in quelli contestati, in quanto non risulta dalla documentazione versata in atti che il succitato errore abbia in concreto implicato un pregiudizio del suddetto diritto dell'intimato in relazione alle facoltà accordategli dall'art. 18 della citata legge, ossia in ordine alla richiesta di essere ascoltato e alla produzione di documenti prima dell'adozione dell'ordinanza-ingiunzione. (Cfr. Cass. civile., sez. I, sentenza del 18 luglio 1997, n. 6621, Cass. civile., sez. I, sentenza del 29 marzo 2006, n. 7123 e Cass. Civile, sez. II, sentenza del 23 gennaio 2007, n. 1414).

Quanto infine all'eccezione sollevata dalla parte in ordine al fatto che il programma televisivo denominato “*Bella Liguria*” “*non è di nostra produzione, bensì dell'emittente TELEGENOVA, per cui non avremmo avuto in ogni caso alcun interesse o vantaggio dalla messa in onda del programma, che avveniva a titolo gratuito e con finalità esclusivamente culturali*”, si fa presente che destinatario della disposizione normativa contenuta nell'art. 43, comma 1, lett. a), d.lgs. 208/21 è il fornitore del servizio di media audiovisivo Televenezia, che, pertanto, si assume la responsabilità editoriale in ordine alla predisposizione dei programmi televisivi.

È sul predetto fornitore del servizio di media audiovisivo, in quanto titolare di apposita autorizzazione, che grava l'obbligo di vigilare in ordine alla rispondenza della programmazione televisiva trasmessa alla normativa vigente in materia radiotelevisiva:

tra l'altro, *“il destinatario di uno specifico divieto configurante un illecito amministrativo sanzionato dalla legge, non può, delegando a terzi l'osservanza dell'obbligo a lui imposto, trasferire responsabilità in ordine a previsioni di interesse pubblico che trascendono, in quanto tali, la tutela di privati interessi”* (Cfr. Cass. civile, sez. I, 22 aprile 2005, n. 8537).

Non può dubitarsi, quindi, della concreta esigibilità del rispetto degli obblighi contenuti nella disposizione sopra citata da parte della società Televeneziana S.r.l., in quanto non si è in presenza di eventi riconducibili a soggetti terzi del tutto estranei al predetto fornitore del servizio di media audiovisivo e solo occasionalmente veicolati in tempi e in forma incontrollabili, ma di programmi direttamente riconducibili alla responsabilità editoriale della parte.

In conclusione, sul fornitore del servizio media audiovisivo Televeneziana grava una responsabilità di controllo sul contenuto dei programmi trasmessi, comprese le comunicazioni commerciali audiovisive, e di verifica della conformità degli stessi alla normativa vigente.

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 43, comma 1, lett. a), d.lgs. 208/21, *“le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere prontamente riconoscibili come tali e sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte”*;

CONSIDERATO che, ai sensi del citato art. 13, comma 3, d.m. 581/93, *“le telepromozioni devono essere riconoscibili come tali ed essere distinte dal resto del programma mediante la scritta “messaggio promozionale” per tutta la loro durata”*;

RITENUTA, pertanto, per la violazione del disposto di cui all'art. 43, comma 1, lett. a), d.lgs. 208/21 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 2, lett. a) e 5, dell'art. 67, d.lgs. 208/21;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per la violazione contestata nella misura corrispondente al minimo edittale della sanzione pari a euro 1.033,00 (milletrentatre/00) 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 sopra menzionata deve ritenersi di lieve entità in considerazione del fatto che si è verificato un solo episodio di violazione della normativa di settore nella giornata di programmazione televisiva oggetto di monitoraggio, in misura tale da non comportare effetti particolarmente pregiudizievoli a danno dei telespettatori e notevoli indebiti vantaggi economici per il fornitore del servizio di media audiovisivo in esame.



La messa in onda di una comunicazione commerciale audiovisiva occulta, di per sé, è idonea a indurre in errore il telespettatore in ordine alla natura e alla finalità della comunicazione commerciale stessa, influenzando in maniera negativa sul suo comportamento economico.

L'assenza di segnalazioni grafiche atte a indicare la natura pubblicitaria della comunicazione, come sopra riportato, rafforza la "pericolosità" del messaggio pubblicitario, in quanto attenua le difese del telespettatore che, nel non percepire in modo immediato lo scopo promozionale della medesima, non è messo in condizione di reagire criticamente all'azione persuasiva pubblicitaria, poiché ne ignora la reale natura.

Al contempo, la comunicazione commerciale audiovisiva occulta lede gli interessi delle imprese concorrenti, nel senso che un'impresa, attraverso forme dissimulate di pubblicità, può ottenere una maggiore presa sul telespettatore rispetto a chi si avvale di forme trasparenti di pubblicità.

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

La parte non ha documentato di aver eliminato o quantomeno attenuato le conseguenze della violazione stessa.

C. Personalità dell'agente

Televeneziana S.r.l., 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

Con riferimento alle condizioni economiche dell'agente, si ritiene che esse siano tali da giustificare la complessiva misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente atto.

In particolare, dalla consultazione della banca dati "Telemaco" del Registro delle Imprese, i dati di cui si dispone sono quelli relativi all'anno 2021, da cui risultano un bilancio in perdita e ricavi pari a euro 1.005.762.

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

ORDINA

a Televeneziana S.r.l.- c.f. 00498380278 - con sede in Venezia (VE), via Piraghetto, 31, fornitore del servizio di media audiovisivo operante in ambito locale "Televeneziana" di pagare la sanzione amministrativa di euro 1.033,00 (milletrentatre/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione dell'art. 43, comma 1,

lett. a), d.gs. 208/21 e dell'art. 13, comma 3, d.m. 581/93, nei termini descritti in motivazione.

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. 126/23/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, fatta salva la facoltà di chiedere il pagamento rateale della sanzione, ai sensi dell'art. 26 della legge 24 novembre 1981 n. 689, in caso di condizioni economiche disagiate.

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. 126/23/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, 15 giugno 2023

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Laura Aria

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba