

## DELIBERA N. 138/21/CSP

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DI TELE VIDEO MARKET - TVM SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE “TVM”) PER LA VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE NORMATIVA CONTENUTA NELL’ART. 37, COMMA 1, D.LGS. N. 177/05 IN COMBINATO DISPOSTO CON L’ART. 3, COMMA 2, ALLEGATO A) ALLA DELIBERA N. 538/01/CSP (CONTESTAZIONE CO.RE.COM SICILIA N.32/2021 PROC. 47/21/ZD-CRC)**

### L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 17 giugno 2021;

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 6 agosto 1990, n. 223, recante “*Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*”;

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

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modifiche e integrazioni, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, di seguito anche Testo unico;

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

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 per le garanzie nelle comunicazioni*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 696/20/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. 697/20/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 regionale 26 marzo 2002 n. 2, successivamente modificata ed integrata, e in particolare l’art. 101 che ha istituito il “*Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Siciliana*” (CO.RE.COM.);

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*”;

VISTA la convenzione del 5 febbraio 2018 che delega al CO.RE.COM Sicilia 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**

In forza dell’accordo stipulato tra il CO.RE.COM Sicilia e l’Ispettorato territoriale Sicilia in data 26 gennaio 2016 e rinnovato in data 10 febbraio 2020 ai fini dello svolgimento del monitoraggio della programmazione televisiva diffusa in ambito locale, l’Ispettorato territoriale Sicilia ha rilevato e relazionato al predetto Comitato regionale per le comunicazioni la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 in combinato disposto con l’art. 3, comma 2, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP, nell’art. 5-*bis*, comma 3, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP e nell’art. 13, comma 3, D.M. 581/93, dal giorno 18 al giorno 24 gennaio

2021, da parte di Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale TVM.

In particolare, con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Sicilia è stata accertata, contestata e notificata, in data 24 febbraio 2021, alla predetta società la violazione delle disposizioni normative sopra menzionate, come di seguito specificato.

- a) Violazione art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, comma 2, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP

Dal giorno 18 al giorno 24 gennaio 2021 sul predetto servizio di media audiovisivo è andata in onda la televendita denominata “*Hall Shop*”, senza la presenza, in sovrapposizione, sullo schermo televisivo della scritta “*televendita*” nel corso della trasmissione della stessa.

- b) violazione art. 5-bis, comma 3, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP

Nel corso della messa in onda di due televendite denominate, rispettivamente, “*CoccoMobili*” e “*IngroModa*”, dal giorno 18 al giorno 24 gennaio 2021, sono state fornite “*informazioni insufficienti circa i prezzi, le garanzie, e le modalità della fornitura*”.

- c) violazione art. 13, comma 3, del DM n. 581/93

Nel corso della trasmissione di una telepromozione relativa a beni e a servizi di cartomanzia, dal giorno 18 al giorno 22 gennaio 2021, non è comparsa la scritta “*messaggio promozionale*” durante la trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva in esame.

## **2. Deduzioni della società**

La parte, nel presentare al CO.RE.COM. scritti difensivi datati 22 marzo 2021, ha chiesto l'archiviazione del procedimento sanzionatorio, eccependo quanto segue.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, comma 2, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP, il programma televisivo “*Hall Shop*” è da qualificarsi come una “*rubrica condotta da una profonda conoscitrice dell'arte orafa [...]*”, il cui unico scopo “*è quello di intrattenere il pubblico*” e non come una televendita.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 5-bis, comma 3, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP “*l'offerta è chiara, accurata e completa; i prezzi sono ben definiti e le caratteristiche degli articoli sono espone chiaramente. Il numero telefonico è sempre in sovrapposizione per le prenotazioni o chiarimenti. L'indirizzo per esercitare il diritto di recesso è stato indicato con un apposito cartello leggibile all'inizio e alla fine della televendita*”.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 13, comma 3, D.M. 581/93, “*le trasmissioni di Fabio e Orazio non possono essere definite telepromozioni [...]*”.

Infine, la parte ha sostenuto di aver agito in buona fede “*anche in considerazione del fatto che non abbiamo mai ricevuto contestazioni riguardanti il nostro palinsesto*”.

### 3. Valutazioni dell'Autorità

Ad esito dell'istruttoria svolta, il CO.RE.COM Sicilia, nella seduta del 26 aprile 2021, ha proposto a questa Autorità l'irrogazione della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti di Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata.

La suddetta proposta risulta parzialmente meritevole di accoglimento.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, comma 2, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP, dall'esame della documentazione versata in atti è emerso che la programmazione televisiva contestata, da qualificarsi come televendita, concreta la violazione delle disposizioni normative testé citate.

In particolare, quanto trasmesso - "*Hall Shop*" - 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, a seguito dell'invito rivolto dalla conduttrice ai telespettatori a chiamare il numero telefonico che compare in sovraimpressione sullo schermo televisivo, la conclusione del contratto con l'accettazione da parte del telespettatore stesso.

Infatti, da un'attenta analisi della fattispecie contestata, 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 quando contiene gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione è diretta, ossia la causa (la compravendita del bene), l'oggetto (i gioielli) e la forma (la digitazione dei numeri sulla tastiera telefonica) del contratto stipulando.

È indubbio, quindi, che il fornitore del servizio di media audiovisivo TVM, nel corso della trasmissione della programmazione televisiva dal giorno 18 al giorno 24 gennaio 2021 ha trasmesso una televendita che, in quanto priva della dovuta scritta "*televendita*", in sovrimpressioni sullo schermo televisivo, è risultata non riconoscibile in violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, comma 2, Allegato A alla delibera n. 538/01/CSP.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 5-bis, comma 3, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP, dalla documentazione versata in atti risulta che la comunicazione commerciale audiovisiva denominata "*CoccoMobili*", diretta a stimolare, mediante il ricorso a toni particolarmente elogiativi, la fornitura di una serie di prodotti per l'arredamento della casa, debba essere qualificata come telepromozione.

In altri termini, la pubblicità in questione è da qualificarsi quale telepromozione, 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, dal momento che, attraverso una vera e propria forma di comunicazione commerciale diretta a promuovere determinati beni, c.d. invito a proporre, si è stimolato l'acquisto dei prodotti mediante l'esibizione degli stessi e, comunque, facendo specifici riferimenti, privi di immediati effetti negoziali in diretta televisiva, di carattere promozionale ai medesimi beni.

La comunicazione commerciale audiovisiva in esame presenta, infatti, una diversità strutturale-sostanziale rispetto alla televendita in quanto persegue il fine promozionale mediante un semplice messaggio di contenuto persuasivo-informativo in quanto tale privo dell'elemento qualificante della televendita, l'offerta al pubblico di vendita a norma

dell'art. 1336 c.c. da intendersi quale proposta di contratto ad *incertam personam* “quando contiene gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione è diretta”.

Nel caso di specie, sebbene sia presente, in sovrimpressione, sullo schermo televisivo la scritta “televendita”, non riscontrandosi la trasmissione di veri e propri inviti rivolti ai telespettatori a utilizzare in diretta specifiche numerazioni telefoniche, al fine acquistare i prodotti esibiti, il presentatore della telepromozione non manifesta la volontà di vincolarsi a dare esecuzione ad alcuna proposta di contratto nei confronti di quanti, fra il pubblico, dichiarano, poi, eventualmente di accettarla, perfezionando, così, il contratto di scambio.

Infatti, ricorrendo, tra l'altro, a titolo esemplificativo, a espressioni, quali “*qui dobbiamo venire a vedere realmente quello che c'è*”, “*perciò dobbiamo vederci qui*”, “*dovete venire qui da CoccoMobili*”, il presentatore della telepromozione si limita a sollecitare un'eventuale successiva transazione che avverrà, tuttavia, al di fuori dello spazio televisivo ove la comunicazione commerciale è diffusa.

Sulla scorta di tali considerazioni, quindi, l'accertata natura di “telepromozione” dell'emesso televisivo sopra riportato costituisce *ex se* ragione per escludere l'applicazione della disposizione di cui all'art. 5-bis, comma 3, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP che mira a disciplinare esclusivamente, sotto l'aspetto contenutistico, la diversa fattispecie della televendita.

Con riferimento alla comunicazione commerciale audiovisiva “IngroModa”, valgono le argomentazioni sopra esposte relativamente alla telepromozione “CoccoMobili”.

In particolare, la comunicazione commerciale audiovisiva denominata “IngroModa”, diretta a stimolare, mediante il ricorso a toni particolarmente elogiativi, la fornitura di una serie di prodotti per l'abbigliamento, deve essere qualificata come telepromozione.

Infatti, ricorrendo, tra l'altro, a titolo esemplificativo, a espressioni, quali “*affrettatevi a venire*”, “*affrettati a venire, io vi aspetto qui tutti i giorni*”, “*qui troverete un'oasi di benessere, perché comunque non vi mettete nel traffico cittadino amplissimo parcheggio privato [...]*” la presentatrice della telepromozione si limita a sollecitare un'eventuale successiva transazione che avverrà, però, al di fuori dello spazio televisivo, ove la comunicazione commerciale è diffusa.

Sulla scorta di tali considerazioni, quindi, l'accertata natura di “telepromozione” dell'emesso televisivo sopra riportato costituisce *ex se* ragione per escludere l'applicazione della disposizione di cui all'art. 5-bis, comma 3, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP, che mira a disciplinare esclusivamente, sotto l'aspetto contenutistico, la diversa fattispecie della televendita.

Riguardo alla contestazione della violazione dell'art. 13, comma 3, del DM n. 581/93, dall'esame della documentazione versata in atti risulta che il “*programma di cartomanzia condotto da Fabio*” si configura come una televendita relativa a beni e a servizi di cartomanzia, ai sensi dell'art. 5-ter, comma 1, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP.

In particolare, l'invito a chiamare in diretta la numerazione telefonica mostrata in sovrimpressione, al fine di acquistare i consulti elaborati dagli esperti comporta che la comunicazione commerciale audiovisiva oggetto di contestazione sia da qualificarsi

come televendita, in quanto presenta tutti gli elementi sufficienti a individuare un'offerta al pubblico che, a norma dell'art. 1336 c.c., vale come proposta quando contiene gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione è diretta.

Con il suddetto invito, infatti, si indica la causa (la compravendita del servizio), l'oggetto (il consulto e il relativo prezzo) e la forma (la digitazione dei numeri sulla tastiera telefonica) del contratto stipulando, sicché all'utente non resta che manifestare la sua accettazione della proposta contrattuale, così formulata, per aversi l'accordo delle parti.

Tanto premesso, è del tutto inconferente il riferimento alla norma sopra menzionata nell'atto di contestazione, in quanto l'obbligo di rendere riconoscibile e distinguibile dal resto della programmazione televisiva la televendita mediante l'inserimento della scritta "*televendita*" nel corso della trasmissione della stessa è prescritto dalla specifica disposizione contenuta nell'art. 3, comma 2, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP e non da quella contenuta nell'art. 13, comma 3, del DM n. 581 del 9 dicembre 1993, recante "*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico*" che, invece, è dettata per disciplinare la riconoscibilità e la distinzione dal resto della programmazione televisiva della telepromozione "*mediante la scritta messaggio promozionale*" per tutta la sua durata.

Infine, quanto all'eccezione sollevata dalla parte in ordine a una presunta condotta tenuta in buona fede, si osserva che essa non rileva in quanto in tema di sanzioni amministrative, ai sensi dell'art. 3 della legge n. 689 del 1981, è necessaria e, al tempo stesso, sufficiente la coscienza e la volontà della condotta, senza che occorra la concreta dimostrazione del dolo o della colpa ai fini della commissione dell'illecito amministrativo; la norma testé menzionata, infatti, pone una presunzione di colpa in ordine al fatto vietato a carico di colui che lo ha commesso, riservando, poi, a questi l'onere di provare di aver agito senza colpa non riscontrabile nella vicenda contestata. Dalla documentazione in atti non risulta essere stato provato il verificarsi di un accadimento estraneo al fornitore del servizio media audiovisivo atto a generare in questo la convinzione della liceità della condotta tenuta - caso fortuito e forza maggiore - (Cass. 8 maggio 2001 n. 6383, Cass. 9 settembre 2002 n. 13072, Cass. 4 luglio 2003 n. 10607, Cass. 15 giugno 2004 n. 11253, Cass. n. 13610 del 2007, Cass. 11 giugno 2007 n. 13610, Cass. 28 gennaio 2008, n. 1781, Cass. 16 gennaio 2008, n. 726 e Cass. 09 gennaio 2008 n. 228, Cass. 16 febbraio 2016, n. 2956, Cass. 15 gennaio 2018, n. 720, Cass. 31 luglio 2018, n. 20219, Cass. 4 novembre 2019, n. 28287, Cass. 6 novembre 2019, n. 9289).

In conclusione, la violazione della disposizione normativa sopra citata non è da considerarsi dipesa da un errore scusabile e, in quanto tale, in grado di elidere la punibilità della condotta tenuta dal fornitore del servizio di media audiovisivo che è tenuto a dotarsi di un'organizzazione interna tale da garantire l'osservanza degli obblighi posti all'esercizio dell'attività cui l'autorizzazione si riferisce.

CONSIDERATO che ai sensi dell'art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 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, comma 2, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP *“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 dell'art. 13, comma 3, del DM n. 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”*;

CONSIDERATO che ai sensi dell'art. 5-bis, comma 3, allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP *“L'offerta deve essere chiara, accurata e completa quanto ai suoi principali elementi quali il prezzo, le garanzie, i servizi post-vendita e le modalità della fornitura o della prestazione. L'offerta deve altresì rispettare gli obblighi informativi in materia di diritto di recesso di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, e successive modifiche”*;

RITENUTO, pertanto, di non procedere all'irrogazione della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti di Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale TVM per insussistenza della contestata violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 5-bis, comma 3, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP e nell'art. 13, comma 3, D.M. 581/93;

RITENUTA, pertanto, per la violazione del disposto di cui all'art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, comma 2, Allegato A) alla delibera n. 538/01/CSP 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, 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'articolo 11 della legge n. 689/1981:

#### **A. Gravità della violazione**

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di gravità media, considerato che l'assenza di segnalazioni grafiche atte a segnalare la natura commerciale di detta televendita rafforza la pericolosità del messaggio commerciale, in quanto attenua le difese del telespettatore/consumatore che non percepisce in modo immediato lo scopo commerciale della comunicazione stessa.

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

La predetta società non ha documentato di aver posto in essere un adeguato comportamento volto ad attenuare o a eliminare le conseguenze delle suddette infrazioni.

### **C. Personalità dell'agente**

La società Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata, 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 2019, da cui risultano (voce A1 del conto economico) ricavi pari a euro 125.574 e un bilancio in utile.

CONSIDERATO che ai sensi dell'art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689 *“Salvo che sia diversamente stabilito dalla legge, chi con un'azione od omissione viola diverse disposizioni che prevedono sanzioni amministrative o commette più violazioni della stessa disposizione, soggiace alla sanzione prevista per la violazione più grave, aumentata sino al triplo”*;

RILEVATO che, ai sensi del punto B.1, comma 9, della delibera 265/15/CONS *“ove la condotta illecita sia unitaria (seppur frazionata nel tempo) e sia violata più volte la medesima norma, potrà trovare applicazione il cosiddetto “cumulo giuridico” delle sanzioni previsto dalla norma (art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689), da cui deriva l'irrogazione di un'unica sanzione il cui importo è modulato tenendo conto di tutte le circostanze del caso (ivi compresa, soprattutto, la plurioffensività della condotta ed il suo protrarsi nel tempo)”*;

CONSIDERATO che, nel caso concreto ricorre il c.d. concorso formale omogeneo di illeciti, in quanto la messa in onda, seppur frazionata nel tempo/ripetuta in un preciso e ridotto arco temporale, della medesima televendita ha comportato in capo a Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata la commissione con una sola azione di più violazioni della medesima disposizione normativa;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura corrispondente al doppio del minimo edittale della sanzione stessa previsto per la singola violazione più grave pari a euro 2.066,00 (duemilasesantasei/00) aumentata a tre volte pari a euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00) secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni di cui all'articolo 8 della legge 24 novembre 1981 n. 689;

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 Tele Video Market – TVM Società a responsabilità limitata - codice fiscale 04724430824 - con sede legale in Palermo (PA), via Largo A. Leanti, 6 fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “TVM” di pagare la sanzione amministrativa pecuniaria di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l’art. 3, comma 2, Allegato A) alla 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. 138/21/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. 138/21/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, 17 giugno 2021

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE  
Laura Aria

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