



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 140/18/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE ALLA SOCIETÀ TELEQUATTRO S.R.L.
(FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO
LOCALE “UDINESE TV”) PER LA VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI
NORMATIVE CONTENUTE NEGLI ARTT. 36-BIS, COMMA 1, LETT. A),
E 37, COMMA 1, DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 177/05
(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA N. 01/2018 - PROC. 40/18/DZ-
CRC)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 27 giugno 2018;

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’art. 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*”;

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. 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. 405/17/CONS;

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 legge regionale 10 aprile 2001, n. 11, recante “*Norme in materia di comunicazione, di emittenza radiotelevisiva locale ed 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*”;

VISTO l’Accordo quadro del 4 dicembre 2008 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. 444/08/CONS del 29 luglio 2008;

VISTA la Convenzione tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e il Comitato regionale per le comunicazioni della Regione Friuli Venezia Giulia sottoscritta nel mese di dicembre 2017 per l’attuazione della delega di funzioni in materia di monitoraggio e vigilanza sulle trasmissioni radiotelevisive al predetto Comitato regionale per le comunicazioni;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Friuli Venezia Giulia è stata accertata e contestata - cont. n. 01/2018 - in data 12 febbraio 2018 nonché notificata in pari data alla società Telequattro S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Udinese TV*”, la violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 36-bis, comma 1, *lett. a*), e 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 nonché 3, comma 1, della delibera n. 538/01/CSP nel corso della trasmissione della programmazione televisiva del giorno 16 novembre 2017 “*(in replica il giorno 19 novembre 2017)*”; in particolare, a partire dalle ore 14:40:56 sino alle ore 14:58:17 circa, sul predetto servizio di media audiovisivo è stato trasmesso “*un filmato girato all’interno della Dacia Arena (Stadio Friuli) avente per oggetto la promozione di una cappa da cucina, marchio BORA*” in violazione delle disposizioni normative contenute negli artt. 36-bis, comma 1, *lett. a*), e 37, comma 1, del d.lgs. n. 177/05 nonché 3, comma 1, della delibera n. 538/01/CSP.

2. Deduzioni della società

La predetta società, nel presentare al Comitato regionale per le comunicazioni Friuli Venezia Giulia, in data 13 marzo 2018, scritti difensivi, ha chiesto l’archiviazione del procedimento sanzionatorio in esame ovvero l’irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria nella misura corrispondente al minimo edittale, eccedendo quanto segue.

L’emesso televisivo oggetto di contestazione non rientra “*nel perimetro delle trasmissioni aventi contenuto promozionale*”, in quanto la qualificazione del programma televisivo in esame come telepromozione può essere dipeso “[dall’] *enfasi del conduttoreche per natura generosa ha come cifra della propria professionalità e del proprio modo di condurre una sincera propensione al complimento ed all’elogio*”.

3. Valutazioni dell’Autorità

Ad esito dell’istruttoria svolta, il Comitato regionale per le comunicazioni Friuli Venezia Giulia, con deliberazione n. 09/2018 del 4 maggio 2018, ha proposto a questa Autorità l’archiviazione del procedimento sanzionatorio in esame, in quanto, nel corso della trasmissione della programmazione televisiva oggetto di contestazione, “*oltre ad un esplicito invito all’acquisto, manca anche qualsiasi riferimento o informazione utile al telespettatore per acquistare il bene*”.

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

L'asserzione in ordine alla non fondatezza, in punto di fatto e di diritto, di quanto proposto a questa Autorità dal predetto Comitato regionale per le comunicazioni presuppone, necessariamente, una duplice valutazione; l'una attinente all'accertamento della natura di comunicazione commerciale audiovisiva e, *in specie*, di telepromozione dell'emesso televisivo contestato, l'altra, una volta qualificata come telepromozione la comunicazione audiovisiva in esame, attinente alla mancata riconoscibilità e alla mancata distinguibilità della stessa dal resto del contenuto editoriale.

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. 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 sia stata trasmessa una comunicazione commerciale audiovisiva che, in quanto diretta a stimolare la fornitura di uno specifico prodotto, è da qualificarsi, appunto, come telepromozione.

In particolare, tali elementi presuntivi si rinvergono sia nel formato utilizzato dell'emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature indugianti in modo insistito e ripetuto sul prodotto e inserite in modo artificioso nell'ambito del servizio stesso e dalla chiara leggibilità del suo marchio sia nel ricorso a un linguaggio, a sua volta, caratterizzato da toni particolarmente elogiativi reiterati, riferiti al prodotto da parte del conduttore e degli intervistati - es. "*è pazzesco!, questa cappa funziona alla grande, quindi anche per voi arredatori questo prodotto è qualcosa di dinamico, di spaziale*" -, elementi rafforzati, per di più, dalla presenza "*dell'amministratore di una ditta partner per la distribuzione della cappa(Frigo 2000)*", che "*spiega molto chiaramente che l'evento fa parte della campagna promozionale in corso e ha, quindi, carattere esclusivamente commerciale*" e dai rappresentanti della società "*Verinox*", come l'amministratore delegato.

Sulla base di tali indizi, quindi, l'esibizione della "*cappa da cucina, marchio BORA*", 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 del proprio prodotto e il fornitore del servizio di media audiovisivo "*Udinese TV*".

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quel determinato prodotto, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell'informazione fornita, assumono l'esplicito intento di promuovere quel determinato

prodotto, in quanto l'emesso televisivo in esame, tra l'altro, è incentrato su uno specifico marchio e prodotto e non su una pluralità di marchi e prodotti offerti sul mercato e tra loro raffrontati, al fine di offrire una informazione completa al telespettatore.

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 prodotto, si è stimolato l'acquisto del prodotto stesso mediante la sua esibizione e, comunque, facendone specifici riferimenti di carattere promozionale.

Premessa, 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 distinguibilità dal resto del contenuto editoriale.

Nella vicenda in esame, riguardo alla valutazione in ordine alla riconoscibilità e distinguibilità o meno della telepromozione è indubbio che nel corso della trasmissione della stessa non siano presenti o, comunque, percepibili da parte dei telespettatori mezzi di evidente percezione, tali da marcare un'adeguata discontinuità tra il messaggio promozionale in esame e il resto del contenuto editoriale e, quindi, tali da scongiurare qualunque forma di confusione tra i due eventi.

Riguardo, infine, alla contestazione della violazione dell'art. 3, comma 1, delibera n. 538/01/CSP, si ritiene, del tutto, inconferente il riferimento alla norma testé menzionata nell'atto di contestazione, 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, comma 1, della delibera n. 538/01/CSP, che, invece, è dettata per disciplinare la riconoscibilità dello *spot* pubblicitario e della televendita "*attraverso l'uso di mezzi di evidente percezione, ottici nei programmi televisivi o acustici nei programmi radiofonici*", ma inseriti solo "*all'inizio e alla fine della pubblicità o della televendita*". Tanto premesso, l'accertata natura di "*telepromozione*" dell'emesso televisivo sopra riportato costituisce *ex se* ragione per escludere l'applicabilità della disposizione di cui al comma 1 dell'art. 3 della stessa delibera n. 538/01/CSP alla fattispecie contestata;

CONSIDERATO che, ai sensi del citato art. 36-bis, comma 1, *lett. a)*, del d.lgs. n. 177/05, “*le comunicazioni commerciali audiovisive sono prontamente riconoscibili come tali; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte*”;

CONSIDERATO che, ai sensi del citato 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*”;

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 a una volta e mezzo il minimo edittale della sanzione pari a euro 1.549,50 (millecinquecentoquarantanove/50) 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 lieve, in considerazione della rilevazione di isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali da non comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori e, al contempo, eccessivi indebiti vantaggi economici per il fornitore del servizio di media audiovisivo.

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

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

C. Personalità dell’agente

La società, per natura e funzioni svolte, in quanto titolare di autorizzazione alla diffusione televisiva in ambito locale risulta essere supportata da strutture interne adeguate allo svolgimento delle proprie attività nel pieno rispetto del quadro normativo vigente.

D. Condizioni economiche dell’agente

In considerazione della situazione economica della società Telequattro S.r.l. che presenta condizioni economiche positive con un bilancio al 31 dicembre 2016 in utile

(fonte: Registro Imprese), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura come sopra indicata;

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*”;

CONSIDERATO che, nel caso concreto, infatti, 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 telepromozione ha comportato in capo alla società Telequattro S.r.l. la commissione con una sola azione di più violazioni delle disposizioni normative sopra menzionate;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura corrispondente a una volta e mezzo il minimo edittale della sanzione stessa previsto per la singola violazione più grave pari a euro 1.549,50 (millecinquecentoquarantanove/50) aumentata a una volta e mezzo pari a euro 2.324,25 (duemilatrecentoventiquattro/25) secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni di cui all'art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689;

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 Telequattro S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Udinense TV*”, cod. fisc. 01791970153, con sede legale in Trieste (TS), Via Besenghi, n. 16 di pagare la sanzione amministrativa di euro 2.324,25 (duemilatrecentoventiquattro/25) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione della disposizione normativa contenuta negli artt. 36-*bis*, comma 1, *lett. a*), e 37, comma 1, del d.lgs. n. 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. 140/18/CSP”, entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell’art. 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. 140/18/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, 27 giugno 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecchi