



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N 162/07/CSP

**MODIFICHE AL REGOLAMENTO IN MATERIA DI PUBBLICITÀ
RADIOTELEVISIVA E TELEVENDITE DI CUI ALLA DELIBERA N.
538/01/CSP DEL 26 LUGLIO 2001**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 31 ottobre 2007, in particolare nella sua prosecuzione dell'8 novembre 2007;

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", e in particolare, l'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 5;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante " Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità: Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità";

VISTA la direttiva del Consiglio 89/552/CEE del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, come modificata dalla direttiva del parlamento europeo e del Consiglio 97/36/CE del 30 giugno 1997;

VISTA la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante " Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato " e successive modificazioni;

VISTA la legge 5 ottobre 1991, n. 327, di ratifica ed esecuzione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera, con annesso, fatta a Strasburgo il 5 maggio 1989;

VISTO il protocollo di emendamento della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera concluso a Strasburgo il 1° ottobre 1998 ed entrato in vigore per tutti gli Stati parti della Convenzione stessa il 1° marzo 2002 , le cui disposizioni, così modificate, sono conformi alla direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 97/36/CE del 30 giugno 1997;

VISTO il decreto-legge 19 ottobre 1992, n. 408, recante " Disposizioni urgenti in materia di pubblicità radiotelevisiva " convertito, con modificazioni, dalla legge 17 dicembre 1992, n. 483;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTO il decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581, recante "Regolamento in materia di sponsorizzazione di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico";

VISTO il decreto-legge 27 agosto 1993, n. 323, recante "Provvedimenti urgenti in materia radiotelevisiva" convertito, con modificazioni, dalla legge 27 ottobre 1993, n. 422;

VISTA la legge 26 ottobre 1995, n. 447, recante "Legge quadro sull'inquinamento acustico";

VISTO il decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, recante "Disposizioni urgenti in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva", convertito, con modificazioni, dalla legge 23 dicembre 1996, n. 650;

VISTA la legge 30 aprile 1998, n. 122, recante "Differimento di termini previsti dalla legge 31 luglio 1997, n. 249, relativi all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nonché norme in materia di programmazione e di interruzioni pubblicitarie televisive";

VISTO il decreto-legge 30 gennaio 1999, n. 15, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 marzo 1999, n. 78, recante "Disposizioni urgenti per lo sviluppo equilibrato dell'emittenza televisiva e per evitare la costituzione o il mantenimento di posizioni dominanti nel settore radiotelevisivo";

VISTO il decreto-legge 18 novembre 1999, n. 433, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 gennaio 2000, n. 5, recante "Disposizioni urgenti in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale e di termini relativi al rilascio delle concessioni per la radiodiffusione televisiva privata su frequenze terrestri in ambito locale";

VISTA la legge 7 giugno 2000, n. 150, recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";

VISTA la legge 29 dicembre 2000, n. 422, recante "Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - Legge comunitaria 2000";

VISTA la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione";

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



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTA la delibera n. 583/01/CSP del 26 luglio 2001, con la quale è stato adottato il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite e le sue successive modificazioni e integrazioni;

VISTA la Comunicazione interpretativa della Commissione europea (2004/C 102/02) del 28 aprile 2004 relativa a taluni aspetti delle disposizioni della direttiva "Televisione senza Frontiere" riguardanti la pubblicità televisiva;

VISTA la lettera della Commissione europea n. D(2007) 809549 del 16 marzo 2007, avente ad oggetto Dossier 2007/2110: monitoraggio dell'applicazione delle disposizioni della Direttiva 89/552/CEE così come modificata dalla Direttiva 97/36/CE (Direttiva "Televisione senza Frontiere") relativa alla pubblicità televisiva e alle televendite, con la quale la predetta Commissione rileva, tra l'altro, il problema dell'apparente non attuazione dell'articolo 18 bis della Direttiva, concernente le finestre di televendita, e la non applicazione agli annunci di autopromozione e agli annunci di servizio pubblico delle disposizioni della Direttiva in materia di inserimento della pubblicità nei programmi ;

CONSIDERATO che ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 5 della legge 31 luglio 1997 l' Autorità, in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite, emana i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge;

RILEVATO che:

- relativamente alle finestre di televendita, l'articolo 18 bis della direttiva 89/552/CEE così come modificata dalla Direttiva 97/36/CE , nonché le corrispondenti disposizioni della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera come emendata nel 1998, prevedono che le finestre di programmazione destinate alla televendita trasmesse da un canale non esclusivamente dedicato a quest'ultima devono avere una durata minima ininterrotta di 15 minuti ;

- relativamente all'autopromozione e agli annunci di servizio pubblico l'articolo 18, comma 3, della direttiva 89/552/CEE come modificata dalla Direttiva 97/36/CE nonché la corrispondente disposizione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera come emendata nel 1998, prevedono la loro esclusione dalla nozione di "pubblicità" ai soli fini delle disposizioni sui limiti di affollamento giornalieri ed orari: Inoltre, l'articolo 1 della direttiva alla lettera c) definisce la pubblicità televisive come " ogni forma di messaggio televisivo trasmesso a pagamento o dietro altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, da un'impresa pubblica o privata, nell'ambito di un'attività commerciale, industriale, artigianale o di una libera professione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro compenso, di beni o di servizi..";



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

CONSIDERATO che le disposizioni legislative vigenti in materia radiotelevisiva non risultano ostative alla modifica del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite di cui alla delibera n. 538/01/CSP al fine della integrale trasposizione dell'articolo 18, comma 3 e dell'articolo 18bis, comma 1, della direttiva 89/552/CEE come modificata dalla direttiva 97/36/CE, in quanto:

- gli articoli della direttiva sopra citati trovano piena corrispondenza nel protocollo di emendamento della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera concluso a Strasburgo il 1° ottobre 1998 ed entrato in vigore per tutti gli Stati parti della Convenzione stessa, ivi compresa l'Italia, il 1° marzo 2002;
- la circostanza che l'articolo 2, comma 1, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 rechi la definizione di "autopromozione" distinta da quella di "pubblicità", non deve essere interpretata, coerentemente con la disciplina comunitaria ed europea dianzi citata, nel senso che l'autopromozione sia del tutto esclusa dall'applicazione delle regole in materia di pubblicità. Pertanto, la citata disposizione non osta a che gli annunci di autopromozione e quelli di utilità sociale siano esclusi dalla nozione di "pubblicità" ai soli fini delle disposizioni sui limiti di affollamento giornalieri ed orari, come stabilisce espressamente la direttiva;
- l'articolo 38, comma 6, del citato decreto legislativo n. 177 del 2005 stabilisce che il tempo massimo di trasmissione quotidiana dedicato alla pubblicità da parte delle emittenti e dei fornitori di contenuti televisivi in ambito nazionale è portato al 20 per cento se comprende forme di pubblicità diverse dagli spot pubblicitari come le offerte fatte direttamente al pubblico ai fini della vendita, dell'acquisto o del noleggio di prodotti oppure della fornitura di servizi, fermi restando i limiti di affollamento giornaliero ed orario stabiliti per gli spot pubblicitari, e che il tempo di trasmissione dedicato a tali forme di pubblicità diverse dagli spot pubblicitari non deve, comunque, superare un'ora e dodici minuti al giorno; tale disciplina non si pone in contrasto con la previsione, più dettagliata, che ogni offerta fatta direttamente al pubblico abbia una durata minima ininterrotta di 15 minuti, in aderenza all'articolo 18bis della direttiva;
- l'articolo 10, commi 3 e 5 del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, recante il Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico, secondo i quali le trasmissioni concernenti le offerte fatte direttamente al pubblico possono essere interrotte da *break* pubblicitari e la durata continuativa di ciascuna trasmissione non è inferiore a tre minuti, devono ritenersi implicitamente abrogati in quanto il citato provvedimento contiene la disciplina di dettaglio delle sponsorizzazioni e delle tele-





Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

vendite sulla base della direttiva 89/552/CEE e della legge n. 223 del 1990, di recepimento della direttiva stessa. Successivamente, però, la citata direttiva è stata modificata dalla direttiva 97/36/CE, che ha stabilito una durata minima ininterrotta di 15 minuti per le finestre di programmazione dedicate alla televendita; con la legge n. 249 del 1997 è stata istituita l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, alla quale è stata affidata la competenza in materia di regolamentazione della pubblicità, sotto qualsiasi forma, e della televendita; nel 2002 è entrato in vigore in tutti gli Stati parti della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera, compresa l'Italia, il protocollo di emendamento della Convenzione stesso concluso a Strasburgo nel 1998, che trova piena corrispondenza con il testo della direttiva 97/36/CE.

RAVVISATA, pertanto, ai fini di certezza giuridica, l'esigenza di conformare pienamente il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite di cui alla delibera n. 538/01/CSP e successive modificazioni e integrazioni alle disposizioni della direttiva 89/552/CEE così come modificata dalla Direttiva 97/36/CE e della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera nel testo emendato a Strasburgo il 1° ottobre 1998 ed entrato in vigore per tutti gli Stati parti della Convenzione stessa il 1° marzo 2002, relativamente alle disposizioni concernenti le finestre di televendita e gli annunci di autopromozione e di servizio pubblico;

UDITA la relazione dei Commissari Michele Lauria e Gianluigi Magri, relatori ai sensi dell'articolo 29 del regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. L'Autorità adotta, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 5, della legge 31 luglio 1997, n. 249, le modifiche al regolamento concernente la pubblicità radiotelevisiva e le televendite riportate nell'allegato A alla presente delibera, che ne costituisce parte integrante ed essenziale.
2. Le modifiche introdotte con la presente delibera entrano in vigore il sessantesimo giorno dalla sua pubblicazione.

*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

La presente delibera è pubblicata nella *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana.

Roma, 8 novembre 2007

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Michele Lauria

IL COMMISSARIO RELATORE
Gianluigi Magri

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Viola

A



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Allegato A alla delibera n. 162/07/CSP dell'8 novembre 2007

Modifiche al Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, come modificato dalla delibera n. 250/04/CSP del 6 ottobre 2004, dalla delibera n. 34/05/CSP dell' 8 marzo 2005, dalla delibera n. 105/05/CSP del 28 luglio 2005 e dalla delibera n. 132/06/CSP del 12 luglio 2006

Articolo 1

All'articolo 5, comma 1, del regolamento di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, e successive modificazioni e integrazioni è aggiunto, in fine, il seguente periodo “ *Ad essi si applicano gli articoli 3 e 4*”.

Articolo 2

All'articolo 5 bis del regolamento di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, e successive modificazioni e integrazioni è aggiunto il seguente comma “5. *Fermi i limiti di cui all'articolo 38, comma 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, ogni finestra di programmazione destinata alla televendita trasmessa dalle emittenti e dai fornitori di contenuti in ambito nazionale attraverso canali non esclusivamente dedicati alla televendita deve avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti*”.