



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 170/17/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DI NUOVA SOCIETÀ
TELEVISIVA ITALIANA S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA
AUDIOVISIVO IN AMBITO NAZIONALE “TV8”) PER LA VIOLAZIONE
DELLA DISPOSIZIONE NORMATIVA CONTENUTA NELL’ART. 39,
COMMA 5, DEL DECRETO LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2005, N. 177
(CONTESTAZIONE N. 1/17/DCA - PROC. 2677/DZ)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 27 luglio 2017;

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

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. 125/17/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;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto della Direzione contenuti audiovisivi di questa Autorità è stata accertata e contestata - cont. n. 1/17/DCA-PROC. 2677/DZ - in data 12 gennaio 2017 nonché notificata in data 30 gennaio 2017 a Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l, fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito nazionale “TV8”, la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 39, comma 5, del d.lgs. n. 177/05 nel corso della trasmissione della programmazione televisiva dei giorni 11, 12 e 13 dicembre 2016; in particolare, sul predetto servizio di media audiovisivo in ambito nazionale, nei giorni 11 dicembre 2016, dalle ore 08.55.56 alle ore 08.56.05 e dalle ore 12.42.49 alle ore 12.42.58, 12 dicembre 2016, dalle ore 10.53.41 alle ore 10.53.50 e dalle ore 13.03.42 alle ore 13.03.51 e 13 dicembre 2016 dalle ore 10.54.53 alle ore 10.55.02 e dalle ore 13.01.02 alle ore 13.01.11, il telegiornale è risultato essere stato sponsorizzato, per la messa in onda, prima della trasmissione del telegiornale stesso, di un annuncio caratterizzato dalla presenza sullo schermo televisivo della scritta “*questo programma è presentato da*”.

2. Deduzioni della società

La predetta società, esperito l’accesso agli atti in data 22 marzo 2017 e 4 aprile 2017, in sede di audizione tenutasi in data 22 marzo 2017 e con appositi scritti difensivi (prot n. 0011929 del 2 marzo 2017), nel chiedere l’archiviazione del procedimento sanzionatorio in esame, ha eccepito che “*la comunicazione commerciale audiovisiva contestata è stata oggetto di un contratto di vendita di spazi pubblicitari e non di sponsorizzazione , ed è dunque da qualificarsi come pubblicità televisiva ai sensi dell’art. 2, lett. ee) d.lgs. n. 177/05*”, sostenendo che “*la prassi del settore evidenzia come non sia affatto inconsueto creare un abbinamento fra uno specifico messaggio pubblicitario e un telegiornale*”; inoltre “*le caratteristiche del billboard in questione mostravano chiaramente che lo stesso aveva (ed ha) natura pubblicitaria e non di sponsorizzazione*” per la presenza della scritta “*pubblicità*” sullo schermo televisivo e il claim a voce “*il Natale è più magico quando è effervescente. Buone feste da Ferrarelle*”. Infine, la parte ha rilevato che dalle “*tabelle del monitoraggio*” che “*costituiscono parte integrante e sostanziale della contestazione*” la comunicazione commerciale audiovisiva contestata è qualificata “*Pubblicità/Billboard*”.

3. Valutazioni dell'Autorità

La Commissione per i servizi e i prodotti di questa Autorità, nella riunione del 27 giugno 2017, ha rilevato l'esigenza di effettuare ulteriori approfondimenti istruttori al fine di accertare se, effettivamente, la comunicazione commerciale audiovisiva trasmessa sia stata concepita e realizzata in abbinamento - come forma di sponsorizzazione - o meno - integrando, in tal caso, una pubblicità televisiva - con il notiziario, ha disposto la proroga di sessanta giorni del termine di adozione del provvedimento finale del procedimento sanzionatorio.

Successivamente, questa Autorità, con nota prot. n. 0041677 del 27 giugno 2017, nel comunicare alla società Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l. quanto disposto dalla predetta Commissione nella riunione del 27 giugno 2017, ha chiesto alla parte di fornire *“ogni ulteriore osservazione o informazione, eventualmente corredate da documenti, a comprova della qualificazione del rapporto con il cliente come vendita di spazi pubblicitari e ogni ulteriore considerazione circa il carattere derimente di tale rapporto riguardo a quanto contestato”*.

Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l., con nota acquisita al prot. n. 0043957 del 6 luglio u.s. di questa Autorità, nel chiedere l'archiviazione del procedimento sanzionatorio, ha ribadito quanto già eccepito in sede di esercizio del diritto di difesa e, in particolare, ha sostenuto che la comunicazione commerciale audiovisiva in esame è stata oggetto di *“un contratto di vendita di spazi pubblicitari”*.

Dalle evidenze istruttorie non risulta documentato alcun accordo esplicito tra *“il cliente”*, come definito dalla parte, e il fornitore del servizio di media audiovisivo che escluda qualsiasi tipo di abbinamento della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva contestata con il notiziario televisivo e, dunque, l'esistenza di un sottostante rapporto di sponsorizzazione.

Viceversa, dalla documentazione istruttoria sopra riportata e, in particolare, da quella allegata agli scritti difensivi (prot n. 0011929 del 2 marzo 2017), risulta espresso riferimento alla trasmissione di un *billboard* sul predetto servizio di media audiovisivo - *“proposta billboard a pagamento”*.

D'altra parte, ancorare la insussistenza dell'infrazione contestata esclusivamente alla mancata dimostrazione probatoria del sussistere di un *“contratto di sponsorizzazione”* significherebbe postulare la pratica inapplicabilità della disposizione normativa in esame.

In assenza di chiari e specifici riscontri documentali soprattutto riguardanti l'esistenza di un rapporto di committenza, come sostenuto dalla parte, di fatto storicamente non accertato e/o non desumibile da incontestabili elementi di fatto, la natura della comunicazione commerciale audiovisiva contestata va individuata sulla base di indici presuntivi gravi precisi e concordanti.

In linea di principio, i telespettatori devono essere chiaramente informati della trasmissione di un annuncio di sponsorizzazione e la necessità di una chiara identificazione del medesimo mira a rilevarne la natura di sponsorizzazione.

Si può affermare che tale identificazione sia sufficientemente chiara per il telespettatore, qualora si trasmettano messaggi del tipo “*questo programma è presentato da*”, “*questo programma è offerto da*”, “*questo programma è sostenuto da*” e così via.

In altri termini, la presenza di tali formule sullo schermo televisivo si configura come un elemento indiziario, anche isolatamente considerato, di portata consistente, ossia avente caratteristiche di gravità e di precisione, tali da far percepire al telespettatore l’esistenza di un rapporto tra il programma televisivo sponsorizzato e lo *sponsor*.

Nella vicenda in esame, rilevato che l’annuncio oggetto di contestazione è caratterizzato dalla presenza sullo schermo televisivo della scritta “*questo programma è presentato da*”, è indubbio che la comunicazione commerciale audiovisiva in esame non possa non essere qualificata come sponsorizzazione, rientrando in pieno nella tipologia - specifica proprio di tale rapporto contrattuale - del *billboard*.

Ferma restando, in radice, la natura di sponsorizzazione della comunicazione commerciale audiovisiva, la circostanza che un’impresa sia *sponsor* di un programma televisivo, non esclude che il relativo annuncio di sponsorizzazione non si limiti solo a integrare una mera citazione dello *sponsor*, potendo, contestualmente, sortire anche un effetto pubblicitario con conseguente applicazione anche della disciplina in materia di pubblicità televisiva.

In altri termini, nulla vieta che una sponsorizzazione possa recare anche un contenuto ulteriore ovvero essere trasmessa anche con modalità differenti - presenza in sovrimpressione sullo schermo televisivo della scritta “*pubblicità*” accompagnata da una voce fuori campo che recita “*il Natale è più magico quando è effervescente. Auguri di buone feste da Ferrarelle*” - rispetto a quelli propri della sponsorizzazione stessa, senza, però, che l’effetto tipicamente pubblicitario che si genera a favore di quel determinato prodotto dello *sponsor*, (e che, nella normativa, produce l’effetto meramente accessorio del computo della durata del messaggio nei limiti di affollamento pubblicitario) di per sé, faccia venir meno la natura di sponsorizzazione della medesima comunicazione commerciale audiovisiva.

In conclusione, alla luce delle risultanze istruttorie, stante, pertanto, la natura di sponsorizzazione della comunicazione commerciale audiovisiva contestata sulla base degli elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti sopra evidenziati, il telegiornale trasmesso sul servizio di media audiovisivo “*TV8*” si qualifica come sponsorizzato, in conseguenza della messa in onda, prima della trasmissione del telegiornale stesso, di un invito all’ascolto in violazione dell’art. 39, comma 5, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

CONSIDERATO che “è vietata la sponsorizzazione di telegiornali e radiogiornali e di notiziari di carattere politico”, ai sensi dell’art. 39, comma 5, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

RITENUTA, pertanto, la sussistenza dei presupposti per l’applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 10.329,00 (diecimilatrecentoventinove/00) a euro 258.228,00 (duecentocinquantottomiladuecentoventotto/00), ai sensi dell’art. 51, comma 2, lett. a), 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 15.493,50 (quindicimilaquattrocentonovantatre/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 della disposizione normativa sopra specificata nel corso di tre giornate di programmazione televisiva.

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 nazionale risulta essere supportata da strutture interne adeguate allo svolgimento delle proprie attività nel pieno rispetto del quadro normativo vigente.

D. Condizioni economiche dell’agente

Quantunque Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l. presenti condizioni economiche non positive con un bilancio al 30 giugno 2016 in perdita (fonte: Registro Imprese), tuttavia si ritiene congruo determinare l’importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura come sopra indicata, in quanto la parte non ha documentato di aver posto in essere un adeguato comportamento volto all’eliminazione o all’attenuazione delle conseguenze della violazione in esame;

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, infatti, 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 sponsorizzazione ha comportato in capo alla società Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l. 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 a una volta e mezzo il minimo edittale della sanzione stessa previsto per la singola violazione più grave pari a euro 15.493,50 (quindicimilaquattrocentonovantatre/50) aumentata a due volte pari a euro 30.987,00 (trentamilanovecentottantasette/00) 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

a Nuova Società Televisiva Italiana S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito nazionale “TV8”, cod. fisc. 1084070463, con sede legale in Milano alla via Monte Penice, n. 7, di pagare la sanzione amministrativa di euro 30.987,00 (trentamilanovecentottantasette/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione delle disposizioni normative contenute nell’art. 39, comma 5, 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. 170/17/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. 177/17/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 luglio 2017

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

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

