AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

DELIBERA N. 183/22/CSP

ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELL SOCIETÀ UDINESE CALCIO S.P.A. (SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE "UDINESE TV" - LCN12) PER LA VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI DI CUI AGLI ARTICOLI 44, COMMA 1, 46, COMMA 1, LETT. C), 48, COMMA 3, LETT. B), C) E D) DEL DECRETO LEGISLATIVO 8 NOVEMBRE 2021, N. 208, E 3, COMMI 1 E 2, DELL'ALLEGATO "A" ALLA DELIBERA AGCOM N. 538/01/CSP DEL 26 LUGLIO 2001

(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA N. 01/2022-PROC. 27/22/MRM-CRC)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 24 novembre 2022;

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*";

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-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. 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. 124/22/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. 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 del Friuli Venezia Giulia n. 11, dell'11 aprile 2001, 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. 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*";

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 Assemblee 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, stipulata ai sensi dell'articolo 1, comma 2, dell'Accordo Quadro del 28 novembre 2017, mediante la quale si conviene che a decorrere dal 1° gennaio 2018 l'Autorità delega al Co.Re.Com. Friuli Venezia Giulia le funzioni di "vigilanza sul rispetto delle norme in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale, mediante il monitoraggio delle trasmissioni (...), con particolare riferimento agli obblighi in materia di programmazione, anche a tutela delle minoranze linguistiche e dei minori, pubblicità e contenuti radiotelevisivi" ed inoltre che "l'attività di vigilanza si espleta attraverso l'accertamento dell'eventuale violazione, anche su segnalazione di terzi, lo svolgimento dell'istruttoria e la trasmissione all'Autorità della relazione di chiusura della fase istruttoria*";

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Friuli Venezia Giulia, Cont. n. 01/2022, è stato contestato il giorno 17 luglio 2022 e notificato in pari data alla società Udinese Calcio S.p.A., autorizzata alla radiodiffusione televisiva locale in tecnica digitale con il marchio "*Udinese TV*", la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 44, comma 1, 46, comma 1, lett.*c*), art. 48, comma 3, lett. *b*), *c*) e *d)* del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, e 3, commi 1 e 2, dell'allegato "A" alla delibera Agcom n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 per essere incorsa nella violazione della disciplina concernente la corretta riconoscibilità del messaggio pubblicitario.

Dagli esiti dell'istruttoria che il CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia ha trasmesso a questa Autorità, si evince che il Comitato medesimo ha richiesto, con nota prot. n. 2337/P del 26 aprile 2022, alla società Udinese Calcio S.p.A. di fornire copia delle registrazioni dei programmi trasmessi dal 18 aprile al 24 aprile 2022 con il marchio "Udinese TV", al fine di compiere il monitoraggio concernente gli obblighi di programmazione, la pubblicità, le garanzie dell'utenza e la tutela dei minori, nel suddetto periodo.

Il suddetto CO.RE.COM., pertanto, acquisite in data 6 maggio 2022 le registrazioni richieste, dopo averle esaminate ed elaborato l'analisi dei relativi dati di monitoraggio, ha rilevato che la società Udinese Calcio S.p.A., esercente il servizio di media audiovisivo in ambito locale "Udinese TV ", ha trasmesso comunicazioni commerciali audiovisive non adeguatamente distinte dalla normale programmazione con apposita segnalazione acustica e/o visiva e senza la dicitura pubblicità, in violazione dell'art. 44, comma 1 del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021 e dell'art. 3, commi 1 e 2, dell'allegato "A" alla delibera Agcom n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001.

Specificamente, è stato riscontrato, che all'interno dei programmi denominati: "*Music social machine*" e "*Village*", sono andati in onda, nelle date e negli orari come sotto riportati, programmi apparentemente informativi denominati "*videomessaggi*" nel corso dei quali sono stati trasmessi, ad una più attenta analisi, veri e propri *spot* pubblicitari, consistenti nell'invito all'acquisto dei prodotti (la produzione discografica della cantante "*Ani Disha*"), privi delle dovute segnalazioni, in assenza, cioè, della dicitura "*pubblicità*", oltre che di mezzi ottici o acustici, inseriti all'inizio e/o alla fine dei messaggi pubblicitari, atti a renderli chiaramente riconoscibili e distinguibili dal contenuto.

È stata rilevata, inoltre, al di fuori di un esplicito rapporto di sponsorizzazione, una ingiustificata enunciazione (rispetto al contenuto editoriale) dei marchi di due produttori di beni (Chicco e Lego), all'interno di un programma, anche questo "informativo":

Data	Programma e pubblicità	Orario
20/4/2022	Music social machine - musica e merchandising Ani Disha	21:55:09 - 21:55:31

21/4/2022	Music social machine – musica e merchandising Ani Disha	18:02:20 - 18:02:42
21/4/2022	Village – Chicco e Lego	18:38:27 -18:38:35
23/4/2022	Music social machine – musica e merchandising Ani Disha	11:32:04 - 11:32:26 18:29:16 - 18:29:38

Inoltre, il 22 aprile 2022, dalle ore 12:33:14 alle ore 13:04:46 è andata in onda la trasmissione "*Tubertini Feeder Tour"*, programma di intrattenimento sulla pesca caratterizzato dal c.d. *naming*, ovvero dall'inserimento del marchio dell'azienda all'interno del titolo del programma medesimo, e che al contempo, rileva la presenza, nel programma medesimo, dell'inserimento di prodotti dello stesso marchio "Tubertini".

Considerando, quindi, la fattispecie esaminata quale "*sponsorizzazione*", la programmazione sarebbe in contrasto con quanto disposto dall'art. 46, comma 1, lett. *c)* del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021, che stabilisce che lo *sponsor* del programma non deve stimolare, come avviene durante la predetta trasmissione, all'acquisto dei prodotti o servizi dello *sponsor*, specialmente facendo riferimenti specifici di carattere promozionale a detti prodotti o servizi.

Allo stesso modo, l'art. 48, comma 3 del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021, in tema di "*Inserimento di prodotti*" alla lettera *b)*, afferma che questo non deve, al contrario da quanto si evince nei video analizzati, *"incoraggiare direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi*"; né *"dare indebito rilievo ai prodotti in questione* (lett. c)*"*; i telespettatori, inoltre *"devono essere chiaramente informati dell'inserimento di prodotti tramite apposita identificazione all'inizio e alla fine della trasmissione e quando il programma riprende dopo un'interruzione pubblicitaria, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore* (lett. *d*)".

Di fatto, il giorno 22 aprile 2022, nei seguenti orari: dalle 12:36:06 alle 12:36:23, dalle 12:37:42 alle 12:37:48, dalle 12:37:56 alle 12:38:11, dalle 12:38:14 alle 12:38:23, dalle 12:38:29 alle 12:39:09, dalle 12:41:24 alle 12:41:26, dalle 12:42:08 alle 12:42:10, dalle 12:43:54 alle 12:44:19, dalle 12:55:37 alle 12:55:40 si è verificata una indebita e ingiustificata insistenza, rispetto al contesto editoriale e narrativo del programma, apparentemente finalizzato alla divulgazione delle attività di pesca amatoriale, delle inquadrature sulla scritta "Tubertini" riportata in molti attrezzi utilizzati nella giornata di pesca. Al contempo, dalle 12:37:08 alle 12:37:23; dalle 12:37:23 alle 12:37:39; dalle 12:41:02 alle 12:41:13; dalle 12:41:43 alle 12:42:08; dalle 12:42:28 alle 12:42:39; dalle 12:52:27 alle 12:52:51; dalle 12:56:20 alle 12:56:35, del medesimo giorno, sono state enfatizzate le caratteristiche di specifici articoli della ditta "Tubertini", dando così indebito rilievo ai prodotti rispetto a quanto previsto dalla normativa sugli inserimenti.

2. Deduzioni dell'Associazione

La Società in parola ha inviato memorie difensive (prot. n. 0003779 del 19 luglio 2022), in cui, sostanzialmente, ha eccepito quanto segue:

con riguardo alla ingiustificata enunciazione (rispetto al contenuto editoriale) dei marchi di due produttori di beni (Chicco e Lego), viene affermato che: *"Non vi è alcuna indebita e ingiustificata insistenza, rispetto al contesto editoriale e narrativo del programma, sui loghi delle due note marche con le quali, peraltro, Udinese Calcio S.p.A. non ha alcun rapporto di sponsorizzazione e/o pubblicitario, [...],* trattandosi di *"una mera narrazione pienamente aderente al contesto del programma di informazione turistica che non incoraggia in alcun modo l'acquisto dei beni dei due marchi "*.

Quanto alla trasmissione "*Music social machine con Ani Disha*", si afferma che "*la citazione del sito è poco intellegibile, se non ascoltando più volte la registrazione e rende molto difficile poter ricordare per un telespettatore il nome del sito internet [...] Non compare a video alcun riferimento al sito né alcun riferimento all'opera né alcun numero di telefono da contattare per acquistare l'opera. [...] Sarà cura di Udinese Calcio, in casi simili, apporre la scritta "Messaggio promozionale"*.

Infine, per ciò che concerne il programma "*Tubertini feeder Tour*", la Società si giustifica affermando che "si *tratta di un programma non prodotto da Udinese Calcio S.p.A. ma acquistato da terzi. Udinese Calcio ha immediatamente sospeso la trasmissione del programma non appena ricevuta la contestazione"*.

3. Valutazioni dell'Autorità

Ad esito della valutazione istruttoria, questa Autorità ritiene di accogliere la proposta del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia di irrogazione di una sanzione pecuniaria nei confronti della società Udinese Calcio S.p.A. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Udinese TV". Esaminata la documentazione istruttoria in atti, infatti, si rileva, dimostrata la violazione delle disposizioni contestate.

Si ravvisa, infatti, indiscutibilmente il carattere pubblicitario del messaggio veicolato nelle trasmissioni contestate relative alla "musica e merchandising Ani Disha" e la conseguente non riconoscibilità e non distinguibilità dello stesso dal contenuto editoriale.

Ciascuna comunicazione audiovisiva che abbia un contenuto commerciale deve, infatti, soggiacere alle disposizioni normative dettate in materia di riconoscibilità e di distinzione delle medesime dal resto del contenuto editoriale. Nella vicenda in esame, al contrario, si rileva che, nel corso della trasmissione delle comunicazioni commerciali audiovisive contestate, la cantante Ani Disha, di fatto, pubblicizza la propria produzione discografica, non risultando presente sullo schermo televisivo alcun mezzo di evidente percezione ottica da parte del telespettatore necessario a marcare un'adeguata discontinuità tra la comunicazione commerciale stessa e il resto del contenuto editoriale e, quindi, a scongiurare qualunque forma di confusione tra i due contesti comunicativi.

Con specifico riferimento, poi, alla enunciazione (rispetto al contenuto editoriale) dei marchi di due produttori di beni (Chicco e Lego), è da dire che dalla documentazione versata in atti, pur in assenza dell'acquisizione della prova storica del rapporto di committenza tra le aziende protagoniste delle trasmissioni e la società contestata, si rilevano, comunque, elementi presuntivi, precisi e concordanti, tali da far ritenere che sia stata contestata, correttamente, la fattispecie della c.d. pubblicità non segnalata. In particolare, tali elementi presuntivi si rinvengono sia nel formato utilizzato dell'emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature ripetute sui prodotti non giustificabili in ragione delle particolari esigenze narrative-informative e dall'esposizione insistita e ripetuta del prodotto e dalla chiara leggibilità del suo marchio. Sulla base di tali indizi, quindi, l'esibizione dei prodotti che appaiono durante i servizi non può certamente considerarsi, alla luce del contesto in cui è inserita, meramente casuale o occasionale apparendo, comunque, frutto di una scelta condivisa tra l'impresa che beneficia della esposizione del proprio prodotto e il fornitore del servizio di media audiovisivo. In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quel determinato prodotto assumono un esplicito intento promozionale 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, 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. Costante giurisprudenza, infatti, (cfr. TAR Lazio sez. III, 17 gennaio 2007, n. 308 ove si considera "*comunicazione commerciale occulta ai sensi dell'art. 2, lett. gg) e 36-bis, comma 1, lett. a) del d.lgs. 177 del 2005 l'esibizione o la citazione a fini promozionali di beni, servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un contesto comunicazionale informativo o di intrattenimento, allorché sussistano inquadrature indugianti in maniera innaturale sull'immagine commerciale ed inserite in modo artificioso nell'ambito del servizio, tali da non essere plausibilmente giustificabili in ragione di particolari esigenze artistiche o narrative*"; Cfr. tra l'altro, TAR Lazio n. 09917/2017 e TAR Lazio, Sez. I, 11.3.05, n. 1811 ove si rileva quanto segue "[…] *nell'ambito del divieto di pubblicità "occulta" ricade in particolare, [...]il c.d. "product placement", consistente nell'esibizione o nella citazione della denominazione, del marchio o dei prodotti di un'impresa in un contesto narrativo o di intrattenimento, a fini promozionali"*. Secondo la Giustizia amministrativa il criterio discretivo «*appare incentrato quindi sulle modalità di raffigurazione del prodotto e, in particolare, sulla "innaturalità" della sua esibizione, da valutarsi in relazione all'insistenza sul marchio del prodotto, alla reiterazione delle citazioni o alla gestualità esasperata, forzata o comunque artificiosa dei personaggi*» sicché «*Qualora la citazione o la raffigurazione di un marchio commerciale in un contesto informativo o di intrattenimento non possa essere plausibilmente giustificata da esigenze artistiche o narrative, l'Autorità può legittimamente presumere quindi che il messaggio persegua*

uno scopo promozionale non dichiarato» (TAR Lazio n. 09917/2017, cit. e TAR Lazio, Sez. I, 3.3.04 n. 1997, 14.7.04 n. 6906 e n. 6908);

La circostanza addotta, inoltre, in base alla quale il programma "*Tubertini feeder Tour è un programma non prodotto da Udinese Calcio S.p.A. ma acquistato da terzi*". non è, in quanto tale, sufficiente ad elidere la punibilità della condotta posta in essere dalla società stessa, che è tenuta, comunque, stante la propria responsabilità editoriale, a dotarsi di un'organizzazione interna tale da garantire l'osservanza degli obblighi posti all'esercizio dell'attività cui la concessione si riferisce.

CONSIDERATO che l'art. 44, comma 1, del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021 sancisce che: "*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 acustici o spaziali. Il livello sonoro delle comunicazioni commerciali audiovisive non deve essere di potenza superiore a quella ordinaria dei programmi e deve essere contenuto entro i limiti fissati con delibera dell'Autorità*";

CONSIDERATO che l'art. 46, comma 1, lett. *c)* del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021 afferma che "1. *I servizi di media audiovisivi o i programmi sponsorizzati devono rispondere ai seguenti criteri: […] non devono stimolare all'acquisto o al noleggio dei prodotti o servizi dello sponsor o di un terzo, specialmente facendo riferimenti specifici di carattere promozionale a detti prodotti o servizi"*;

CONSIDERATO che l'art. 48, comma 3, del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021 stabilisce che "*I programmi che contengono l'inserimento di prodotti devono rispettare le seguenti disposizioni*: *[…] b) non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi; c) non danno indebito rilievo ai prodotti in questione; d) i telespettatori sono chiaramente informati dell'inserimento di prodotti tramite apposita identificazione all'inizio e alla fine della trasmissione e quando il programma riprende dopo un'interruzione pubblicitaria, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore*;

CONSIDERATO che gli articoli 3, commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP sanciscono che *"la pubblicità e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili come tali e distinguersi nettamente dal resto della programmazione attraverso l'uso di mezzi di evidente percezione […]",* e che *"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"*;

RITENUTA, pertanto, la sussistenza dei presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.033,00 (milletren-

tatre/00) a euro 25.823,00 (venticinquemilaottocentoventitre/00) ai sensi dell'art. 51, commi 2, *lett. a)*, e 5, del d.lgs. n. 177/2005;

CONSIDERATO che, ai fini della determinazione della sanzione, vale considerare che la programmazione dei contenuti trasmessi nelle quattro giornate oggetto di monitoraggio e rilevazione, appare nel complesso diversificata e, come tale, integrativa di distinte violazioni. Pertanto, si ritiene di applicare il criterio del cumulo materiale che, traendo la sua *ratio* nel principio di economia procedimentale e rispondendo alla logica penalistica *tot crimina tot poenae*, si sostanzia, appunto, nell'applicazione di tante sanzioni quanti sono gli illeciti accertati;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per la condotta violativa contestata nella misura corrispondente ad una volta e mezzo il minimo edittale pari ad 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 lieve entità, in considerazione della rilevazione, rispetto all'intera settimana oggetto di monitoraggio, di infrequenti episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali da non comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori.

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

La Società in questione non ha, di fatto, dimostrato di aver posto adeguate azioni ai fini dell'eliminazione o dell'attenuazione delle conseguenze dannose. Né può valere, in alcun modo, quale ravvedimento operoso da parte della Società, la circostanza addotta secondo cui *"Udinese Calcio ha immediatamente sospeso la trasmissione del programma non appena ricevuta la contestazione"* essendosi, in ogni caso, già verificati effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori.

C. Personalità dell'agente

La società Udinese Calcio, 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 misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente atto in

quanto, pur a fronte degli elementi come sopra individuati, l'importo della sanzione deve considerarsi sufficientemente afflittivo ove si valutino la situazione finanziaria di Udinese Calcio S.p.A. Infatti, dalla consultazione della banca dati "*Telemaco*" del Registro delle Imprese, i cui dati si riferiscono all'anno 2021, risultano, a fronte di una perdita di esercizio pari ad euro 36.855.687, un fatturato complessivo pari a euro 107.655.321 (voce "Ricavi e proventi" del bilancio d'esercizio);

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00), corrispondente ad una volta e mezzo il minimo edittale previsto per la singola violazione moltiplicata per n. quattro (n. 4) giornate di programmazione televisiva secondo il principio del cumulo materiale delle sanzioni;

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

ORDINA

alla Udinese Calcio S.p.A. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Udinese TV", con sede legale a Udine (UD), Via Agostino ed Angelo Condolini n. 2 (CF.00442660304), di pagare la sanzione amministrativa di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00), al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto, ai sensi dell'art. 67, commi 2, lett. *b*), e 5, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208;

INGIUNGE

alla citata Società di versare entro 30 giorni dalla notifica del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell'art. 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 - la somma di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00) alla Sezione di tesoreria provinciale dello Stato, avente sede a Roma, utilizzando il bollettino c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2380 capo X bilancio di previsione dello Stato, evidenziando nella causale "*Sanzione amministrativa irrogata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 183/22/CSP*" ovvero, in alternativa, indicando la medesima causale, utilizzando il codice IBAN: IT 42H 01000 03245 348 0 10 2380 00 per l'imputazione della medesima somma al capitolo 2380, capo X, mediante conto corrente bancario dei servizi di Tesoreria provinciale dello Stato.

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. 183/22/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, 24 novembre 2022

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE
Elisa Giomi

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