

DELIBERA N. 227/19/CSP

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DEL COMUNE DI
PALERMO (C.F. 80016350821) PER LA VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI
CONTENUTE NELL'ARTICOLO 41 DEL DECRETO LEGISLATIVO 31
LUGLIO 2005, N. 177**

(CONTESTAZIONE N. 9/19/SIR)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 17 ottobre 2019;

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 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”*;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante *“Testo unico della radiotelevisione”*, pubblicato nel Supplemento Ordinario n. 150 alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 7 settembre 2005, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, recante *“Testo Unico dei Servizi di media audiovisivi e radiofonici”*, (di seguito denominato *Tusmar*), pubblicato nella Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana – serie generale del 29 marzo 2010, n. 73 e in particolare l’art. 41 che disciplina le modalità di destinazione delle somme per l’acquisto di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione di massa per fini di comunicazione istituzionale e l’art. 51, comma 2, lett. f, che individua il presidio sanzionatorio da applicare nei riguardi dei soggetti pubblici che abbiano violato l’art. 41 del precitato 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, recante *“Conversione in legge, con modificazioni, del 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”*;

VISTO il decreto legislativo 28 giugno 2012, n. 120, recante *“Modifiche ed integrazioni al decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44”*;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante *“Modifiche al sistema penale”* e successive modifiche;

VISTO l'articolo 7 del decreto legge 21 settembre 2019, n. 104, recante "*Misure urgenti per assicurare la continuità delle funzioni dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*" ai sensi del quale "*Il Presidente e i Componenti del Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui all'articolo 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249, in carica alla data del 19 settembre 2019, continuano a esercitare le proprie funzioni, limitatamente agli atti di ordinaria amministrazione e a quelli indifferibili e urgenti, fino all'insediamento del nuovo Consiglio e comunque fino a non oltre il 31 dicembre 2019*".

VISTA la direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009 recante "*Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*", sulla quale il Consiglio ha reso il proprio parere nella seduta del 14 settembre 2009;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012 dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (di seguito: "AGCOM"), recante "*Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*", come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 95/19/CONS del 28 marzo 2019;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, recante adozione del «*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"*», e, in particolare, l'Allegato A, recante "*Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*", come modificato dalla delibera n. 529/14/CONS del 13 ottobre 2014 e, da ultimo, dalla delibera n. 581/15/CONS del 16 ottobre 2015, recante "*Modifiche al Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*";

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. 390/15/CONS, del 17 giugno 2015, recante "*Modifiche al Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*" con la quale sono state conferite al Servizio Ispettivo, Registro e Co.re.com. dell'Autorità le funzioni di regolamentazione, di vigilanza, anche attraverso i Co.re.com., e sanzionatorie in materia di pubblicità delle amministrazioni pubbliche e degli enti pubblici di cui all'art. 41 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici;

VISTA la delibera n. 4/16/CONS, del 14 gennaio 2016, recante "*Nuove modalità per la comunicazione all'Autorità delle spese pubblicitarie delle AA.PP. e degli enti pubblici di cui all'art. 41, comma 1, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177. Approvazione*

di un nuovo modello telematico e differimento del termine di presentazione delle comunicazioni”;

VISTA la delibera n. 59/17/CONS, dell’8 febbraio 2017, recante “*Termine di presentazione delle comunicazioni all’Autorità delle spese pubblicitarie delle amministrazioni pubbliche e degli enti pubblici di cui all’articolo 41, comma 1, del Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*”;

VISTI gli esiti del monitoraggio d’ufficio sulle comunicazioni delle spese pubblicitarie da parte delle amministrazioni pubbliche;

VISTI gli esiti delle attività ispettive (disposte con lettera d’incarico dell’8 maggio 2019, prot. AGCOM n. 197884, dal Direttore del Servizio ispettivo, Registro e Corecom dell’Autorità) effettuate presso il Comune di Palermo in data 14 maggio 2019 (di cui al verbale redatto e sottoscritto, congiuntamente, in pari data e protocollato il 29/05/2019, prot. AGCOM n. 0232466);

VISTO l’atto di contestazione n. 9/19/SIR del 5/06/2019, notificato al Comune di Palermo in pari data (prot. AGCOM n. 0244220);

VISTI gli atti del procedimento complessivamente acquisiti nel corso dell’istruttoria e, in particolare, le note trasmesse all’AGCOM dal suddetto Ente in data 08/07/2019 (prot. AGCOM n. 0297113) e in data 02/08/2019 (prot. AGCOM n. 0345378);

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

In seguito alla valutazione degli esiti delle attività ispettive effettuate in data 14 maggio 2019 presso il Comune di Palermo da funzionari del Servizio Ispettivo Registro e Corecom relativamente alle spese per pubblicità istituzionale riferite all’esercizio finanziario 2016, è emerso che gli impegni di spesa per l’acquisto di spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa riguardanti la suddetta annualità risultavano destinati:

- a quotidiani e periodici per un importo di euro: 13.550,00, pari al 100 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 13.550,00);
- all’emittenza privata televisiva e radiofonica locale per un importo di euro: 0,00, pari allo 0 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 13.550,00);
- ad altri mezzi di comunicazione per un importo di euro: 0,00 pari allo 0 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 13.550,00);

Il COMUNE, dunque, in base ai dati rilevati nel corso della suddetta attività ispettiva, risultava avere violato l’articolo 41, comma 1, del *Tusmar* ove è fatto obbligo alle Amministrazioni pubbliche e agli Enti pubblici anche economici di riservare sul totale delle spese destinate all’acquisto di spazi su mezzi di comunicazione di massa una quota almeno del 50% a giornali quotidiani e periodici e di almeno il 15% all’emittenza

privata televisiva e radiofonica locale. In particolare, con riferimento all'esercizio finanziario 2016, l'Ente risultava non aver rispettato la quota destinata all'emittenza privata televisiva e radiofonica locale.

Conseguentemente, con atto del Direttore del Servizio ispettivo, Registro e Co.Re.Com. n. 9/19/SIR del 5 giugno 2019, notificato in pari data, è stata contestata al Comune di Palermo (di seguito denominato COMUNE) la violazione della disposizione contenuta nell'articolo 41 del *Tusmar*.

2. Deduzioni del COMUNE ed approfondimenti istruttori

All'esito della notifica dell'avvio del procedimento, il COMUNE dopo aver richiesto (con nota del giorno 08/07/2019, prot. AGCOM n. 0297113) una breve proroga, accordata dall'Autorità (con nota prot. AGCOM n. 0312778 del 16/07/2019) per poter reperire atti e documenti tesi a chiarire la sua posizione, trasmetteva (in data 02/08/2019, prot. AGCOM n. 0345378) una nota difensiva comprensiva di una pluralità di documenti amministrativi allegati.

Nella precitata nota, l'Ente, sulla base di dati di spesa rilevati da atti amministrativi e contabili (nello specifico: n. 3 determinazioni dirigenziali), reperiti dopo aver effettuato una ricognizione presso le strutture amministrative comunali a seguito dell'avvio di questo procedimento, rappresentava di aver individuato 3 impegni di spesa riguardanti pubblicità istituzionale. In particolare, secondo l'Ente l'individuazione delle nuove spese riconducibili all'esercizio 2016 avrebbe determinato il ricalcolo dei valori percentuali delle varie tipologie di spesa sostenute dal COMUNE, con il relativo superamento della criticità contestata all'Ente.

In particolare, il COMUNE evidenzia di aver individuato una pluralità di impegni di spesa riferibili all'esercizio finanziario 2016 aventi ad oggetto l'acquisto di spazi pubblicitari su vari mezzi di comunicazione al fine di promuovere i tre seguenti eventi: "*Laboratorio cittadino*", "*392° festino di Santa Rosalia*" e "*Raul Ruiz in Sicilia*".

1) Con riferimento al primo evento ("*Laboratorio cittadino*"), il COMUNE ha individuato un impegno di spesa (n. 2016/08245) emerso, specificamente, da un atto amministrativo comunale prodotto dall'Ente (Determinazione dirigenziale n. 34 del 21/12/2016 del Settore Servizi alla collettività). Tale atto fa riferimento ad un impegno di spesa complessivo di euro 120.109,00 stabilito dall'Ente (nell'esercizio finanziario 2016) al fine di organizzare la suddetta manifestazione "*Laboratorio cittadino*", affidando l'incarico del servizio attraverso un'apposita gara pubblica che ha visto prevalere la Ditta "*Panastudio Productions*" di Panasci Francesco e C. s.a.s. Più dettagliatamente, tale Ditta è stata aggiudicataria della gara per l'affidamento del summenzionato servizio per un importo complessivo di euro 98.450,00, utilizzati per fare fronte alla pluralità di esigenze organizzative connesse all'evento, tra cui quelle di promozione e pubblicità istituzionale. Tali elementi emergono, altresì, dalla <<*relazione su affidamento del servizio di organizzazione dell'evento "laboratorio cittadino"*>> del 15/12/2016, trasmessa al COMUNE (a mezzo pec) dalla società "*Panastudio productions*" di Panasci Francesco e C. s.a.s. (aggiudicataria della gara per l'organizzazione dell'evento in questione).

In questa relazione, oltre a chiarire la ripartizione delle spese finalizzate all'organizzazione dei vari aspetti della manifestazione, venivano indicati i costi necessari per promuovere l'evento sopra menzionato attraverso speciali video diffusi mediante i mezzi di comunicazione di seguito indicati:

- costo per la messa in onda su "emittenti radiotelevisive locali" ("SiciliaHD" sul "canale 571" e "Sicilia 091" sul "canale 631", oltre che sul network "I Vespri" che comprende 5 emittenti tv locali del territorio siciliano: "Teleone", "Mediaone", "Cts", "Telejonica", "Azzurra Channel": euro 4.880,00.
- costo per la messa in rete, su "giornali on line", di "pillole video" attraverso i portali internet "siciliahd.it", "il moderatore.it" e "blogsicilia": euro 4.392,00 (voce la cui classificazione, prospettata dal COMUNE nella memoria suddetta, appare da riconsiderare, poiché tali importi sono, invece, da considerare nella categoria "altri mezzi di comunicazione", come più avanti si dirà).
- costo per il servizio di divulgazione su "altri mezzi di comunicazione" attraverso "social media" ("Twitter", "Facebook", "Google+", "Linkedin", "Instagram", "Tumblr", "OkVirgilio", "Youtube", "Vimeo"): euro 6.832,00.

2) Con riguardo all'evento denominato "392° festino di Santa Rosalia", edizione del 2016, l'impegno di spesa n. 2016/04863, inizialmente preventivato dall'Ente (nell'ambito degli atti contabili relativi all'esercizio finanziario 2016) per fare fronte alle incombenze organizzative della manifestazione, ammontava ad euro 310.500,00. Tale somma era stata indicata come importo a base d'asta della gara finalizzata ad assegnare l'organizzazione dell'evento predetto; gara, poi, conclusasi con l'aggiudicazione ad un importo più basso rispetto a quello preventivato (pari ad euro 288.764,78). Tutto ciò veniva esplicitato nella Determinazione dirigenziale n. 331 del 27/6/2017 dell'Area cultura del Comune di Palermo che chiariva i vari passaggi amministrativi riguardanti le spese sostenute per l'evento nella sua interezza e, in questo contesto, indicava le somme stanziare per promuovere l'edizione 2016 del "Festino di Santa Rosalia". Il summenzionato impegno di spesa prevedeva, per l'insieme delle attività connesse all'organizzazione della predetta manifestazione, un importo complessivo che ricomprendeva anche le spese per la promozione pubblicitaria dell'evento. In particolare, gli importi previsti ai fini di pubblicità istituzionale per promuovere sui mezzi di comunicazione, la suddetta manifestazione emergono dalla nota trasmessa al COMUNE (e prodotta dall'Ente in allegato alla summenzionata memoria difensiva) dalla società "AGAVE" srl (aggiudicataria della gara per l'organizzazione del suindicato evento) e riguardante i costi sostenuti dalla suddetta Società negli anni 2016 e 2017 per l'organizzazione del "Festino di Santa Rosalia".

Nella precitata mail certificata del 31/07/2019 (registrata al protocollo del Comune di Palermo con il n. 910105 del giorno 1/08/2019), inviata all'Area cultura dell'Ente, la società "AGAVE" srl dichiarava "che per l'edizione 2016 sono stati sostenuti i seguenti costi per la comunicazione istituzionale:

- costo per l'acquisto di spazi a favore dell' "emittenza radiotelevisiva locale": euro 4.270,00;

- *costo per l'acquisto di spazi a favore di "giornali quotidiani e periodici": euro 2.074,00".*

3) In ordine al terzo impegno di spesa (n. 2016/7716) di nuova individuazione (che prevede la pubblicizzazione dell'evento "*Raul Ruiz in Sicilia*", giusta Determinazione dirigenziale del COMUNE n. 125 del 29/11/2016 del Vice Capo di Gabinetto), lo stesso fa riferimento ad una manifestazione co-organizzata insieme all'Ambasciata del Cile ed all'Associazione culturale "*Accademia degli offuscati*". Il relativo impegno di spesa ha fissato l'importo complessivo di euro 15.000,00 per fare fronte alle relative esigenze organizzative e di promozione dell'evento.

Nella memoria difensiva, l'Ente evidenziava, specificamente, che "*nel dettaglio dei costi presente nell'atto risulta l'acquisto di spazi pubblicitari online e cartacei per un importo di euro 1.000,00*".

Una volta descritti i 3 nuovi impegni di spesa indicati dal COMUNE (e relativi all'acquisto di spazi pubblicitari tesi a promuovere i tre suindicati eventi), gli stessi, secondo l'Ente, vanno a sommarsi ai due impegni riguardanti spese pubblicitarie a favore di quotidiani e periodici già rilevate dall'AGCOM in sede ispettiva (e riguardanti pubblicità istituzionale tesa a promuovere l'organizzazione della "*XII edizione di Travelexpo*", per valore di euro 10.500,00 e per l'acquisto di spazi su il "*Giornale dell'arte*", per un valore di euro 3.050,00).

A riguardo, il COMUNE evidenzia che "*alla luce di quanto su esposto e per quanto ad oggi a conoscenza dello scrivente Servizio, nell'anno 2016, come è possibile evincere dal prospetto riassuntivo allegato (...), risultano essere state impegnate per la comunicazione istituzionale di cui all'art. 41 del D. Lgs 177/2005 complessivi euro 36.998,00 così ripartiti: - Acquisto di spazi a favore di giornali quotidiani e periodici anche su area web euro 21.016,00 pari al 56,8%; - Acquisto di spazi a favore dell'emittenza radio-televisiva: euro 9.150,00 pari al 24,7%. - Altre forme di comunicazione (tramite social network): euro 6.832,00 pari al 18,5%. Infine, l'Ente, "alla luce delle considerazioni riportate nella presente nota (...)" ed in rapporto "(...) alla documentazione allegata, chiede di valutare l'opportunità di procedere all'archiviazione dell'atto di contestazione AGCOM n. 9/19/SIR a carico del Comune di Palermo". Nella memoria difensiva, si chiede, quindi, l'archiviazione del presente procedimento in quanto, sulla base dei dati finanziari e di spesa di nuova individuazione, si otterrebbe una nuova rappresentazione delle percentuali d'obbligo che, a parere dell'Ente, risulterebbero conformi alla disciplina prevista all'art. 41 del *Tusmar**

3. Valutazioni dell'AGCOM

In via preliminare, si rileva che il COMUNE, entro i termini stabiliti, ha prodotto gli scritti difensivi e documentazione a supporto inviata alla competente struttura dell'Autorità, per valutare, complessivamente e nel dettaglio, il rispetto delle quote di destinazione previste dall'articolo 41, comma 1 del *Tusmar*.

Nel merito, le prospettazioni del COMUNE non possono ritenersi accoglibili per i motivi che seguono.

Il COMUNE ha reperito alcuni documenti amministrativi e contabili che dimostrerebbero la sussistenza di ulteriori impegni di spesa (in numero di 3), rispetto a quelli precedentemente rilevati in sede ispettiva (in numero di 2) e riguardanti, specificamente, lo svolgimento da parte dell'Ente di pubblicità istituzionale effettuata attraverso l'acquisto di vari altri spazi pubblicitari su diversi mezzi di comunicazione. I dati rilevati dai suddetti documenti rideterminano gli importi, complessivi, concernenti le somme impegnate dall'Ente a fini pubblicitari nell'esercizio finanziario 2016. Al contempo, i dati di nuova rilevazione rimodulano le percentuali afferenti le diverse tipologie di pubblicità effettuata dall'Ente.

Tuttavia, come sopra accennato, non si rivelano utili a chiarire la posizione dell'Ente rispetto alle violazioni della disciplina di settore rilevate in sede ispettiva e contestate con l'atto di contestazione n. 9/19/SIR del 5/06/2019 (notificato al Comune di Palermo in pari data, prot. AGCOM n. 0244220).

A tal riguardo, è necessario, anzitutto, riepilogare le spese valutabili ai fini del rispetto delle quote pubblicitarie. In quest'ottica, va considerato che ai 2 impegni di spesa già rilevati dall'AGCOM in sede ispettiva (n. 2016/8007 riguardante la pubblicizzazione della "XIX edizione del Travel Expo" e n. 2016/5022 concernente la pubblicità sul "Giornale dell'arte"), vanno aggiunti quelli comunicati dal COMUNE ad AGCOM a seguito della notifica della contestazione. Si tratta, più precisamente, dei seguenti impegni: n. 2016/8245 ("Laboratorio cittadino"), n. 2016/4863 ("392° festino di Santa Rosalia") e n. 2016/7716 ("Raul Ruiz in Sicilia").

Nei predetti casi, l'Ente ha provveduto alla pubblicizzazione delle manifestazioni avvalendosi di una pluralità di mezzi di comunicazione, prevedendo, a tal fine, l'acquisto di spazi pubblicitari rientranti nelle diverse categorie regolate dall'art. 41 del *Tusmar*.

Dagli atti, complessivamente, raccolti, emergono, quindi, n. 5 impegni di spesa da considerare in rapporto al rispetto delle quote percentuali di cui all'art. 41 del *Tusmar*. Si tratta, in particolare, delle seguenti, specifiche voci di spesa con i relativi valori indicati dall'Ente.

A riguardo, va, preliminarmente, evidenziato che in sede istruttoria si è individuato un caso in cui l'Ente ha classificato erroneamente una spesa.

Si tratta, nel dettaglio, della spesa di euro 4392,00 (prevista dall'Ente per promuovere l'evento "Laboratorio cittadino" sui portali internet/giornali *on line*) che è stata considerata dall'Ente nella categoria "quotidiani e periodici", mentre deve essere classificata tra le spese previste per pubblicità su "altri mezzi di comunicazione", trattandosi di giornali *on line*, diffusi, per l'appunto, mediante internet.

Dalla somma complessiva degli importi indicati dall'Ente nella memoria difensiva e dei valori già acclarati in sede ispettiva, si desume che la cifra impegnata dall'Ente, a fini pubblicitari istituzionali nell'esercizio finanziario 2016 (e su cui calcolare le specifiche percentuali d'obbligo) è pari ad euro 36.998,00.

Per individuare le percentuali riguardanti le risorse impegnate dall'Ente ai fini di pubblicità istituzionale sui diversi mezzi di comunicazione, è necessario sommare le diverse voci di spesa afferenti alle stesse categorie. Ciò anche considerando la rimodulazione della spesa dovuta all'erronea classificazione delle spese per "giornali *on line*", come si è sopra accennato.

Dunque, con riferimento alle risorse impegnate per l'acquisto di spazi su "quotidiani e periodici" vanno sommati i seguenti valori: euro 10.500,00 ("Travel

Expo) + euro 3.050,00 (“*Giornale dell’Arte*”) + euro 2.074,00 (“*392° festino di Santa Rosalia*”) + euro 1000,00 (“*Raul Ruiz in Sicilia*”). Ne deriva che la somma impegnata dall’Ente per la pubblicità su “*quotidiani e periodici*” è di euro 16.624,00, pari al 44,93 % delle risorse impegnate dal COMUNE nell’esercizio finanziario 2016 a fini di pubblicità istituzionale (Euro 36.998,00).

Per quanto concerne le risorse impegnate su “*emittenti radio/tv locali*” vanno computati i seguenti valori: euro 4.880,00 (“*Laboratorio cittadino*”) + euro 4.270,00 (“*392° festino di Santa Rosalia*”). Ne deriva che la somma impegnata dall’Ente per la pubblicità su emittenti radiotelevisive locali è di euro 9.150,00, pari al 24,73% delle risorse complessivamente dall’Ente destinate a fini pubblicitari (euro 36.998,00).

Mentre, per quanto riguarda le risorse impegnate su “*altri mezzi di comunicazione*”, vanno computati i seguenti valori: euro 4392,00 (“*Laboratorio cittadino*” per pubblicità sui portali internet/giornali *on line*) + euro 6.832,00 (“*Laboratorio cittadino*” per pubblicità sui *social media*), la cui somma è pari ad euro 11.224,00, che equivale al 30,34 % delle risorse destinate a fini pubblicitari (euro 36.998,00).

In conclusione, nel corso dell’istruttoria, è emerso che la iniziale contestazione in ordine al mancato rispetto delle percentuali obbligatorie riguardanti la pubblicità su emittenti radio/tv locali va riconsiderata alla luce dei nuovi valori indicati dall’Ente. Difatti, sulla base dei nuovi elementi prodotti dal COMUNE, risultano rimodulate le somme riguardanti le varie voci di spese.

A riguardo, va, altresì, rilevato che i nuovi valori indicati dall’Ente nella memoria difensiva risultavano in un caso non, correttamente, classificati (presumibilmente per una erronea interpretazione delle linee guida contenute della direttiva del 28 settembre 2009 sugli indirizzi interpretativi forniti dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri). Si rende, quindi, necessaria una nuova classificazione che in parte sostituisce la prospettazione fornita dal COMUNE relativamente alle spese (per un valore di euro 4392,00) per “*giornali on line*” riguardanti l’evento “*Laboratorio cittadino*” (promosso tramite giornali pubblicati su internet). Ciò in quanto le suddette spese per “*giornali on line*” dovevano essere riferite alla voce “*altri mezzi di comunicazione*” e non alla voce “*quotidiani e periodici*”.

All’esito della necessaria riclassificazione, come sopra illustrato, per l’esercizio finanziario 2016 risultano destinati dall’Ente i seguenti importi:

- a quotidiani e periodici euro 16.624,00, pari al 44,93 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 36.998,00);
- all’emittenza privata televisiva e radiofonica locale euro 9.150,00, pari al 24,73 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 36.998,00);
- ad altri mezzi di comunicazione euro 11.224,00, pari al 30,34 % del totale delle spese pubblicitarie (euro 36.998,00).

Pertanto, sulla base dei nuovi dati, amministrativi e contabili, forniti dal COMUNE, in virtù del nuovo computo, risulta superata la criticità, inizialmente, rilevata, riguardante le spese destinate ad emittenti radio/tv locali, mentre si rileva il mancato rispetto, dal parte dell’Ente, della quota riguardante le spese da destinare a giornali “*quotidiani e periodici*” per fini di pubblicità istituzionale (poiché la quota

d'obbligo, ex art. 41 del *Tusmar*, prevede che tali spese debbano essere almeno pari al 50 % delle spese complessive).

Si conferma, dunque, la violazione della disciplina di cui all'art. 41 del *Tusmar* da parte del COMUNE.

CONSIDERATO, pertanto, che, sulla base delle informazioni fornite dal COMUNE la quota percentuale relativa a quotidiani e periodici, indicata dall'articolo 41, comma 1, del *Tusmar* non risulta rispettata con riferimento all'esercizio finanziario 2016;

RITENUTA, pertanto, la sussistenza dei presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 5.165,00 (cinquemilacentosessantacinque/00) a euro 51.646,00 (cinquantunmilaseicentoquarantasei/00) ai sensi degli articoli 41 e 51, comma 2, *lett. f)*, del *Tusmar*;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per la violazione contestata nella misura di euro 5.165,00 (cinquemilacentosessantacinque/00), al netto di ogni altro onere accessorio e che, in tale commisurazione, rilevano i seguenti criteri, di cui all'articolo 11 della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

La condotta tenuta dal COMUNE deve ritenersi di entità lieve considerato che solo una quota non è stata rispettata ed in virtù del limitato scostamento tra gli importi previsti dall'Ente a fini di pubblicità su "quotidiani e periodici" (oggetto di criticità) e la quota percentuale d'obbligo.

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

Il COMUNE si è mostrato collaborativo e proattivo nel fornire elementi utili in fase istruttoria.

C. Personalità dell'agente

Il COMUNE per natura e funzioni svolte, si presume supportato da strutture interne adeguate a porre in essere gli adempimenti previsti dal quadro legislativo e regolamentare vigente.

D. Condizioni economiche dell'agente

Con riferimento alle condizioni economiche dell'agente, la sanzione irrogata – pari al minimo edittale – risulta congrua rispetto alla capacità economico-finanziaria dell'Amministrazione, e non particolarmente afflittiva;

UDITA la relazione del Commissario Francesco Posteraro, relatore ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento della Autorità*;

ACCERTA

che il COMUNE di PALERMO, C.F. 80016350821, con sede in Palermo, Palazzo delle Aquile, Piazza Pretoria n. 1, c.a.p. 90133, ha violato, con riferimento all'esercizio finanziario 2016, l'articolo 41, comma 1 del *Tusmar*;

ORDINA

al predetto COMUNE di PALERMO di pagare la sanzione amministrativa di euro 5.165,00 (cinquemilacentosessantacinque/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione delle disposizioni contenute nell'articolo 41 *Tusmar* con riferimento all'esercizio finanziario 2016;

INGIUNGE

al citato COMUNE di PALERMO 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. 227/19/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.

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.227/19/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 per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Roma, 17 ottobre 2019

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

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