



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 242/18/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE ALLA SOCIETÀ TIBUR RADIO TELESERVIZI S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE “TELETIBUR”) PER LA VIOLAZIONE DEGLI ARTT. 36-BIS, COMMA 1, LETT. A) D.LGS. 177/05 E 37, COMMA 1, D.LGS. 177/05 IN COMBINATO DISPOSTO CON L’ART. 3, COMMI 1 E 2, DELIBERA N. 538/01/CSP
(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. LAZIO N. 7/18 - PROC. 66/18/ZD-CRC)**

L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e per i prodotti del 30 ottobre 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’articolo 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. 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 statutaria 11 novembre 2004, n. 1, recante “*Nuovo Statuto della Regione Lazio*”;

VISTA la legge regionale 28 ottobre 2016, n. 13, recante “*Disposizioni di riordino in materia di informazione e comunicazione*”;

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 delibera dell’Autorità n. 668/09/CONS, del 26 novembre 2009, con la quale il Consiglio, in esito all’istruttoria sul possesso dei requisiti da parte del Comitato regionale per le comunicazioni, ha disposto il conferimento della delega di funzioni di cui all’art. 3 dell’Accordo quadro 2008 al CORECOM Lazio;

VISTA la Convenzione del 16 dicembre 2009 recante “*Delega di funzioni ai Comitati regionali per le comunicazioni*” che delega al CORECOM Lazio l’esercizio della funzione di “*vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni 173/15/CSP 3 in materia di esercizio dell’attività radiotelevisiva locale, inclusa la tutela del pluralismo, mediante il monitoraggio delle trasmissioni dell’emittenza locale secondo le linee guida dettate dall’Autorità e la successiva verifica di conformità alla vigente disciplina in materia di diffusione radiotelevisiva, ed eventuale avvio delle conseguenti istruttorie procedurali*”;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e Contestazione

Con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Lazio è stata accertata e contestata – cont. n. n° 7 anno 2018 / n° proc. 7/18 – in data 21 giugno 2018 nonché notificata in pari data alla società Tibur Radio Teleservizi S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Tele Tibur*” la violazione delle disposizioni contenute negli artt. 36-bis, comma 1, lett. a), 37, comma 1 e 39, comma 1, lett. b), d.lgs. 17705 nonché nell’art. 3, commi 1 e 2, delibera 538/01/CSP nel corso della trasmissione della programmazione televisiva dei giorni 17 e 19 aprile 2018; in particolare, il predetto Organismo regionale ha contestato che, durante la trasmissione del programma televisivo denominato “*Paddock*”, “*sono inoltre presenti degli espositori di prodotti San Carlo e Syneco senza che venga mai segnalato l’inserimento di prodotti a scopi promozionali*” e “*compaiono ben visibili i loghi degli sponsor e di altri marchi mai citati in apertura o chiusura del programma, senza la scritta in sovrimpressione messaggio promozionale* [...]”.

Inoltre, “*compaiono sia in sovrimpressione che alle spalle del conduttore i loghi di alcuni prodotti o marchi commerciali che non rientrano tra gli sponsor presentati in apertura e in chiusura*”, quali “*Bindi fantasie nel Dessert*”, “*Ford store interauto*”, “*J.B. cars Monza*” e “*Dacia*”.

Durante la trasmissione del programma televisivo denominato “*Mosaico*”, “*la conduttrice intervista l’editore [...] pubblicizzando i prodotti di Arancello Ribera e la rivista MPress*”.

2. Deduzioni della società

La predetta società, nel presentare appositi scritti difensivi datati 18 luglio 2018, nonché in sede di audizione tenutasi in data 24 luglio 2018, ha chiesto l’archiviazione del procedimento sanzionatorio in esame, eccependo quanto segue.

“*I programmi Paddock (fornito dalla Bobbiese S.r.l.) e Mosaico (fornito da Elia Tarantino) sono distribuiti dalla Tibur Radio Teleservizi S.r.l. a titolo gratuito*”.

Il mancato inserimento della dovuta scritta, in sovrimpressione, del *jingle* non ricade, pertanto, nella responsabilità del fornitore del servizio di media audiovisivo.

3. Valutazioni dell’Autorità

Ad esito dell’istruttoria svolta, il Comitato regionale per le comunicazioni Lazio, con delibera n. DL/71/2018/CRL/COM del 31 luglio 2018, ha proposto a questa Autorità l’adozione di un provvedimento sanzionatorio nella misura corrispondente al minimo edittale per la violazione delle disposizioni sopra menzionate nei confronti della società Tibur Radio Teleservizi S.r.l..

La proposta del predetto Comitato regionale per le comunicazioni risulta, parzialmente, meritevole di accoglimento.

Si osserva che, erroneamente, l’Organismo regionale ha accertato e contestato alla società Tibur Radio Teleservizi S.r.l. la violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 39, d.lgs. 177/05, laddove riporta che i programmi sponsorizzati “*devono essere*

chiaramente riconoscibili come programmi sponsorizzati e indicare il nome o il logotipo dello sponsor all'inizio o alla fine del programma".

Dall'esame della documentazione versata in atti, infatti, e, in particolare, dalla visione e dall'ascolto dei programmi televisivi sopra menzionati risultano, chiaramente, indicati i nomi e/o i logotipi dei vari sponsor all'inizio e alla fine dei programmi televisivi stessi, indicazione anticipata dalla presenza, in alto a sinistra, sullo schermo televisivo della scritta *"in collaborazione con..."* citata anche da una voce fuori campo.

Riguardo, invece, alla specifica contestazione in merito alla comparsa ben visibile dei loghi e/o dei nomi degli sponsor *"senza la scritta in sovrimpressione messaggio promozionale"* nel corso della trasmissione della programmazione televisiva in esame, si premette che lo specifico programma televisivo sponsorizzato *"Paddock"* è risultato di durata superiore a quaranta minuti e i nomi e/o logotipi degli sponsor sono comparsi per più di una sola volta e per più di cinque secondi, in violazione dell'art 4, comma 3 del D.M. 581 del 1993.

Come è noto, solo nel caso in cui le sponsorizzazioni sono trasmesse con modalità differenti rispetto a quanto indicato nell'art. 4, comma 3 del D.M. 581 del 1993, allora quelle devono considerarsi *"messaggio pubblicitario"* ai fini dell'applicazione della relativa disciplina normativa, ai sensi dell'art. 4, comma 5 del D.M. 581 del 1993.

Di conseguenza, le presentazioni degli sponsor sopra indicate, una volta considerate alla stregua di un normale inserimento pubblicitario e, pertanto, assoggettate alla normativa di riferimento, in quanto non riconoscibili come tali e, quindi, distinguibili dal resto del programma televisivo, sono state trasmesse in violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2, delibera 538/01/CSP.

Stessa infrazione - violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2, delibera 538/01/CSP - si riscontra nella diversa fattispecie caratterizzata dalla comparsa in sovrimpressione alle spalle del conduttore dei *"loghi di alcuni prodotti o marchi commerciali che non rientrano tra gli sponsor presentati in apertura e in chiusura"*, quali *"Bindi fantasie nel Dessert"*, *"Ford store interauto"*, *"J.B. cars Monza"* e *"Dacia"*, in quanto le modalità di raffigurazione dei suddetti loghi, consistenti in inquadrature indugianti in modo insistito e ripetuto dei loghi stessi chiaramente leggibili e inserite in modo artificioso nell'ambito del programma televisivo, assumono l'esplicito intento di pubblicizzare quei determinati prodotti.

Premessa, pertanto, la natura di comunicazione commerciale audiovisiva dell'emesso televisivo in esame, riguardo alla valutazione in ordine alla sua riconoscibilità e alla sua distinguibilità rispetto al resto del contenuto editoriale, è indubbio che non sono presenti, sullo schermo televisivo, i prescritti mezzi di evidente percezione ottica necessari a marcare un'adequata discontinuità tra la comunicazione commerciale audiovisiva stessa e il resto della programmazione televisiva e, quindi, tali da scongiurare qualunque forma di confusione tra i due eventi.

Con riferimento, poi, all'intervista, nel corso della trasmissione del programma televisivo *"Mosaico"* a un *"editore [...]" pubblicizzando i prodotti di Arancello Ribera e la rivista*

MPress”, dalla documentazione versata in atti, pur in assenza dell’acquisizione della prova storica da parte del predetto Organismo regionale di un vero e proprio rapporto di committenza, tuttavia si rilevano elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, tali da far ritenere che siano state trasmesse, in modo occulto, comunicazioni commerciali audiovisive finalizzate a incrementare la notorietà di determinati prodotti mediante la loro presentazione in violazione della disposizione normativa contenuta nell’art. 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05.

In particolare, tali elementi presuntivi si rinvenivano sia nel formato utilizzato dell’emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature indugianti in modo insistito e ripetuto sui singoli prodotti e dalla chiara leggibilità dei marchi sia nel ricorso a un linguaggio, a sua volta, caratterizzato da toni particolarmente elogiativi riferiti ai vari prodotti da parte della conduttrice e dell’intervistato.

Sulla base di tali indizi, quindi, l’esibizione dei beni stessi 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 “TeleTibur”.

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quei determinati prodotti, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell’informazione fornita, assumono l’esplicito intento di pubblicizzarli, in quanto l’emesso televisivo in esame, tra l’altro, è incentrato su specifici e non su una pluralità di marchi e prodotti offerti sul mercato e tra loro raffrontati, al fine di offrire un’informazione completa al telespettatore.

In conclusione, attraverso una vera e propria forma di comunicazione commerciale mascherata da programma televisivo di tipo informativo, solo apparentemente volta alla mera conoscenza di quei determinati prodotti, si è stimolato l’acquisto degli stessi soprattutto mediante la loro esibizione e, comunque, facendone espressi specifici riferimenti di carattere commerciale.

Riguardo, poi, all’eccezione sollevata dalla parte in ordine alla circostanza che il mancato inserimento della dovuta scritta, in sovrimpressione, del *jingle* non ricade nella responsabilità del fornitore del servizio di media audiovisivo, si precisa che destinatario delle disposizioni normative contenute negli articoli sopra citati è, sempre, il fornitore del servizio di media audiovisivo, che, pertanto, si assume la responsabilità editoriale in ordine alla predisposizione dei programmi televisivi.

È sul fornitore del servizio di media audiovisivo, in quanto titolare di apposita autorizzazione, che grava l’obbligo di vigilare in ordine alla rispondenza della programmazione televisiva trasmessa alla normativa vigente in materia radiotelevisiva: tra l’altro, *“il destinatario di uno specifico divieto configurante un illecito amministrativo sanzionato dalla legge, non può, delegando a terzi l’osservanza dell’obbligo a lui imposto, trasferire responsabilità in ordine a previsioni di interesse pubblico che trascendono, in quanto tali, la tutela di privati interessi”* (Cassazione civile, sez. I, 22 aprile 2005, n. 8537).

Non può dubitarsi, quindi, della concreta esigibilità del rispetto degli obblighi contenuti nelle disposizioni normative in esame - artt. 36-bis, comma 1, *lett. a)* d.lgs. 177/05 e 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3, commi 1 e 2, delibera n. 538/01/CSP - da parte della società Tibur Radio Teleservizi S.r.l., in quanto non si è in presenza di eventi riconducibili a soggetti terzi del tutto estranei al predetto fornitore e solo occasionalmente veicolati in tempi e in forma incontrollabili, ma di programmi direttamente riconducibili alla responsabilità editoriale della parte.

In conclusione sul fornitore del servizio media audiovisivo “*Tele Tibur*” grava una responsabilità di controllo sul contenuto dei programmi trasmessi e di verifica della conformità degli stessi alla normativa vigente in materia di audiovisivo.

Ad esito dell'istruttoria svolta, quindi, risulta che la società Tibur Radio Teleservizi S.r.l. è incorsa nella violazione degli artt. 36-bis, comma 1, *lett. a)* del d.lgs. 177/05 e 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l'art. 3 commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP, in quanto ha trasmesso pubblicità occulta e comunicazioni commerciali audiovisive non chiaramente riconoscibili come tali, senza distinguerle nettamente dal resto della programmazione mediante l'uso di mezzi di evidente percezione ottica, ossia senza inserire sullo schermo televisivo, in modo chiaramente leggibile, le dovute scritte, al fine di rendere riconoscibile e distinguibile il contenuto commerciale delle comunicazioni audiovisive dal contenuto editoriale dei programmi televisivi.

CONSIDERATO che, ai sensi del citato art. 36-bis, comma 1, *lett. a)*, d.lgs. 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, d.lgs. 177/05, *“la pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili e distinguibili dal contenuto editoriale”*;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 3 della delibera n. 538/01/CSP, le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere chiaramente riconoscibili come tali e distinguersi nettamente dal resto della programmazione attraverso l'uso di mezzi di evidente percezione ottici (comma 1) e che i servizi di media audiovisivi sono tenuti a inserire sullo schermo, in modo chiaramente leggibile, la dovuta scritta nel corso della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva stessa (comma 2);

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 al doppio del minimo edittale della sanzione pari a euro 2.066,00 (duemilasessantasei/00) al netto di ogni altro onere

accessorio e che in tale commisurazione rilevano, altresì, i seguenti criteri, di cui all'articolo 11 della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di gravità media, in considerazione della rilevazione di numerosi episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate nel corso di più giornate di programmazione televisiva, tali da comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori, in quanto in grado di minare l'aspettativa di quest'ultimi a fruire di programmi televisivi il più possibili integri. Inoltre, l'assenza di segnalazioni grafiche atte a indicare la natura pubblicitaria di dette comunicazioni commerciali rafforzano la "pericolosità" delle stesse, in quanto attenuano le difese del telespettatore/consumatore che non percepisce in modo immediato lo scopo pubblicitario di quanto trasmesso.

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

La situazione economica della società Tibur Radio Teleservizi S.r.l. presenta condizioni economiche positive con un bilancio al 31 dicembre 2016 in utile (fonte: Registro Imprese) e, pertanto, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura come sopra indicata.

CONSIDERATO che, nel caso concreto, ricorre il c.d. concorso materiale di illeciti, in quanto la messa in onda, frazionata nel tempo, di distinte comunicazioni commerciali audiovisive deve essere trattata quale commissione di più illeciti posti in essere con una pluralità di condotte distinte, tale da comportare, sotto il profilo sanzionatorio, l'applicazione della disciplina del c.d. cumulo materiale delle sanzioni;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni regolamentari contestate nella misura di euro 4.132,00 (euro quattromilacentotrentadue/00) corrispondente al doppio del minimo edittale previsto per la singola violazione moltiplicata per n. due (n. 2) giornate di programmazione televisiva secondo il principio del cumulo materiale delle sanzioni;

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

ORDINA

alla società Tibur Radio Teleservizi S.r.l. - codice fiscale 03956911006 - con sede legale in Tivoli (RM), piazza Rivarola n. 14, fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale “*Tele Tibur*” - di pagare la sanzione amministrativa di euro 4.132,00 (euro quattromilacentotrentadue/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione degli artt. 36-bis, comma 1, lett. a), d.lgs. 177/05 e 37, comma 1, d.lgs. 177/05 in combinato disposto con l’art. 3, commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP 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. 242/18/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. 242/18/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, 30 ottobre 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

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

