



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 247/18/CSP

**ORDINANZA INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ
R.T.I. RETI TELEVISIVE ITALIANE S.P.A. (SERVIZIO DI MEDIA
AUDIOVISIVO IN AMBITO NAZIONALE “ITALIA 1”) PER LA
VIOLAZIONE DELLA DISPOSIZIONE CONTENUTA NELL’ART. 38,
COMMA 2, DEL DECRETO LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2005, N. 177
(CONTESTAZIONE N. 11/18/DCA - PROC. 2706/MRM)**

L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e 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*” e, in particolare, l’art. 51;

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 delibera n. 211/08/CSP, del 24 settembre 2008, recante “*Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva*”;

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*”;



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. 172/17/CONS, del 18 aprile 2017, recante “Attuazione della nuova organizzazione dell’Autorità: individuazione degli Uffici di secondo livello”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 232/18/CONS;

VISTO l’art. 38, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, ai sensi del quale *“La trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte delle emittenti in chiaro, anche analogiche, in ambito nazionale, diverse dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, non può eccedere il 15 per cento dell’orario giornaliero di programmazione ed il 18 per cento di una determinata e distinta ora d’orologio; un’eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso dell’ora, deve essere recuperata nell’ora antecedente o successiva”*;

VISTA la delibera n. 296/17/CSP, recante *“Provvedimento nei confronti della società R.T.I. reti televisive italiane S.P.A. (servizio di media audiovisivo in ambito nazionale “Italia1”) per la violazione della disposizione contenuta nell’art. 38, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177”*, con la quale è stata accertata la violazione da parte della società RTI S.p.A. dell’art. 38, comma 2, del d.lgs. 177/05 e s.m.i.;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Nell’ambito dell’attività di monitoraggio dei servizi di media audiovisivi diffusi a livello nazionale, è stato riscontrato da parte della società R.T.I. Reti Televisive Italiane S.p.A., autorizzata alla diffusione del servizio di media audiovisivo in ambito nazionale *“Italia1”*, il superamento del limite di affollamento pubblicitario nei giorni 19, 21, 22, 24 gennaio e 6 febbraio 2018, non recuperato nelle fasce orarie precedenti o successive, in violazione della disposizione contenuta nell’art. 38, comma 2, del d.lgs. n. 177/05, secondo il seguente schema:

- *il giorno 14 gennaio 2018, nella fascia oraria 19-20 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 12 minuti e 14 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,39% di affollamento orario;*
- *il giorno 15 gennaio 2018, nella fascia oraria 15-16 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 12 minuti e 09 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,25% di affollamento orario, e nella fascia oraria 16-17 la*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 11 minuti e 38 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 19,39% di affollamento orario;*
- il giorno 17 gennaio 2018 nella fascia oraria 15-16 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha la durata complessiva di 12 minuti e 26 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,72% di affollamento orario;*
 - il giorno 24 gennaio 2018, nella fascia oraria 22-23 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha la durata complessiva di 12 minuti e 16 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,44% di affollamento orario;*
 - il giorno 27 gennaio 2018, nella fascia oraria 16-17 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 11 minuti e 2 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 18,39% di affollamento orario;*
 - il giorno 28 gennaio 2018, nella fascia oraria 11-12 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 11 minuti e 17 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 18,81% di affollamento orario; nella fascia oraria 16-17 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 12 minuti e 02 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,06% di affollamento orario; nella fascia oraria 19-20 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 12 minuti e 25 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,69% di affollamento orario*
 - il giorno 29 gennaio 2018, nella fascia oraria 16-17, la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 12 minuti e 06 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 20,17% di affollamento orario;*
 - il giorno 5 febbraio 2018, nella fascia oraria 10-11, la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 11 minuti e 07 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 18,53% di affollamento orario;*
 - il giorno 6 febbraio 2018, nella fascia oraria 16-17 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 11 minuti e 02 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 18,39% di affollamento orario, e nella fascia oraria 17-18 la trasmissione di messaggi pubblicitari ha durata complessiva di 10 minuti e 53 secondi, al netto dei frame neri, corrispondente al 18,14% di affollamento orario;*

Conseguentemente, il 13 aprile 2018, accertata la sussistenza di una condotta rilevante ai sensi dell'art. 38, comma 2, del d.lgs. n. 177/05, è stato adottato, e notificato in pari data alla predetta società, l'atto di contestazione n. 11/18/DCA - Proc. 2706/MRM per il sopraindicato superamento del limite di affollamento pubblicitario orario, in presunta violazione del citato art. 38, comma 2.

2. Deduzioni della società

La società R.T.I., con nota prot. n. 0034098 del 23 aprile 2018, ha formulato istanza di accesso agli atti, ritualmente esperito in data 8 maggio 2018, ha inviato memorie difensive (prot. n. 0038667) in data 14 maggio 2018, ed ha richiesto audizione, svoltasi in data 24 luglio 2018.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Nelle memorie difensive trasmesse la società R.T.I. ha eccepito, sostanzialmente, che:

- *“la contestazione menziona i provvedimenti di cui alle delibere 295/17/CSP, 296/17/CSP, 297/17/CSP [...] che contengono diffide ad RTI. Nella materia in esame l’istituto della diffida è venuto meno dal momento che dalla modifica dell’art. 51, comma 2 del D.lgs.177/05 ad opera della l. 6 giugno 2008, e dalla generale distinzione tra provvedimenti ed atti regolamentari, discende che è precluso all’autorità adottare regole di carattere generale ed astratto, in materia presidiata da sanzioni amministrative, mediante atti di natura provvedimentoale [...]”*;
- *“Il regolamento di cui alla delibera 538/01/CSP, non ancora allineato alle modifiche apportate dal d.lgs. 44/2010, non riflette la netta separazione tra emittenza televisiva ed emittenza radiofonica che sarebbe stata introdotta dal succitato decreto. [...] di conseguenza, la materia dell’autopromozione sarebbe disciplinata da una fonte normativa ambigua, nel silenzio della fonte regolamentare, [...] D’effetto, la definizione di una fattispecie illecita, non univocamente compiuta dalla norma e nel silenzio della fonte regolamentare, non può essere rimessa alla sede provvedimentoale [...]. Le delibere 295/17/CSP, 296/17/CSP e 297/17/CSP svolgerebbero in questo senso una illegittima funzione suppletiva rispetto al mancato adeguamento del regolamento in tema di pubblicità alle sopravvenienze normative”*;
- *“L’impianto normativo del T.U. esprime la chiara volontà del legislatore di disciplinare audiovisivo e radiofonia quanto più possibile in maniera unitaria, in previsione del certo passaggio della tecnologia digitale alla radiofonia”*;
- *[...] “La nozione di responsabilità editoriale si riferisce sia ai programmi radiofonici che quelli televisivi, non esistendo alcuna previsione che impedisca ad un medesimo editore di operare sia quale fornitore di media audiovisivi, sia in ambito radiofonico, dando luogo ad una medesima responsabilità editoriale”*;
- *[...] L’art.1 della comunicazione interpretativa di cui alla delibera 211/08/CSP - all. A sancisce che sono ricondotti nella nozione di autopromozione gli annunci relativi ai programmi diffusi sulle varie piattaforme o ai prodotti collaterali da essi direttamente derivati, riconducibili alla responsabilità editoriale di un emittente o di un fornitore di contenuti, indipendentemente dal canale in cui i messaggi sono andati in onda” [...]. Allo stesso modo, “la nota prot. 32243 del 21 maggio 2010 precisa che la nozione di autopromozione ricomprende la promozione dei programmi riconducibili alla responsabilità editoriale di un’emittente o di un fornitore di contenuti.[...] Quando ci si trova in presenza di un unico soggetto editore, non rileva la piattaforma attraverso la quale sono diffusi i messaggi di autopromozione degli stessi. Pertanto, non si comprende la ragione per cui trattare la radiofonia diversamente rispetto a qualsiasi altra piattaforma”.[...] Ciò che rileva, al contrario è piuttosto il legame di controllo, la sostanziale unicità del centro decisionale cui fa capo la responsabilità*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

editoriale”. [...] Le citate delibere 295/1/CSP, 296/17/CSP e 297/17/CSP smentiscono, inoltre la già menzionata lettera prot. n. 322432 del 21 maggio 2010 che esclude la ravvisabilità dell’autopromozione nel caso di servizi e prodotti che non siano strettamente riconducibili alla nozione di prodotti collaterali direttamente derivati dai programmi [...] con la conseguenza che in caso di programmi realizzati da un soggetto che appartiene allo stesso gruppo dell’emittente che diffonde il comunicato, quest’ultimo dovrà considerarsi di autopromozione, in ragione dell’unicità economica del soggetto editore, a prescindere dalla sua formale articolazione in una pluralità di società. L’editore che opera in forma di società non costituisce in tal senso un’ipotesi eccezionale ma un principio di sistema”;

- *“La considerazione unitaria dell’impresa editoriale articolata in un gruppo societario si ritrova negli artt. 3 e 4 del regolamento quote (delibera 66/09/CONS) in difetto di qualsiasi indicazione in tal senso da parte della fonte primaria”;*
- *“i comunicati commerciali di cui si tratta hanno una funzione informativa che prevale su quella promozionale dal momento che comunicano al pubblico i propri contenuti editoriali[...] Proprio tale natura informativa costituisce la ragione che giustifica l’esistenza di una disciplina specifica dell’autopromozione distinta da quella generale della comunicazione commerciale, come nel caso dei comunicati relativi ai contenuti del servizio a pagamento Mediaset Premium ”.*

Da ultimo, nel corso dell’audizione tenutasi il 24 luglio 2018, la società R.T.I., oltre a ribadire quanto rappresentato nelle memorie difensive sopracitate, specifica che *“a seguito della notifica in data 8 gennaio 2018 delle delibere 295/17/CSP, 296/17/CSP e 297/17/CSP, la società RTI ha modificato la propria programmazione, adeguandola. Tale rimodulazione ha richiesto del tempo e si è comunque conclusa entro la data del 7 febbraio 2018, in cui si è tenuta l’udienza di discussione dell’istanza cautelare formulata in sede giurisdizionale, contestualmente all’impugnazione delle tre delibere citate. Gli episodi oggetto di contestazione, di fatto, si sono esauriti nel periodo tra il 14 gennaio ed il 6 febbraio 2018, vale a dire nei tempi tecnici necessari per le modifiche di palinsesto”.*

Valutazioni dell’Autorità

La Commissione per i servizi e i prodotti di questa Autorità, nella riunione del 25 luglio 2018, ha disposto ulteriori approfondimenti istruttori, ai sensi dell’art. 11, comma 1, della delibera n. 410/14/CONS. La richiesta di approfondimenti è stata determinata dalla necessità di chiarire, attraverso un più dettagliato esame della giurisprudenza e della dottrina, talune delle argomentazioni svolte dalla parte in audizione, segnatamente con riferimento alla natura dell’atto adottato ad esito dei procedimenti originariamente avviati (delibera n. 296/17/CSP) e all’interpretazione delle norme in materia di autopromozione nell’attuale contesto multimediale, con specifico riferimento all’“emittente radiofonica”. Ciò ha determinato, ai sensi dell’art. 11, comma 2, della delibera n. 410/14/CONS, la proroga di ulteriori sessanta giorni del termine per l’adozione del provvedimento finale.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Relativamente alle argomentazioni svolte dalla Società le valutazioni dell'Autorità sono le seguenti:

- Nel caso di specie, la censura svolta e relativa alla pretesa illegittimità del procedimento in essere e della sanzione irroganda, in ragione del contenuto normativo della previa diffida, non appare in questa sede sorretta da un interesse attuale e concreto e, quindi, ne consegue che la medesima deve essere dichiarata inammissibile per carenza di una delle sottostanti condizioni, consistente nell'interesse ad agire. Ed invero, con il presente procedimento l'Autorità ha solo proceduto ad accertare la violazione di quanto prescritto con la precedente diffida, adottata all'esito di un altro procedimento sanzionatorio. Ne consegue che le motivazioni in esame avrebbe dovuto essere poste alla base di una censura avverso il precedente provvedimento consistente nella diffida a non reiterare i comportamenti oggetto di contestazione. Né vale sostenere in tal senso che “è precluso all'autorità adottare regole di carattere generale ed astratto, in materia presidiata da sanzioni amministrative, mediante atti di natura provvedimentoale”; qualsiasi sanzione reca, infatti, in sé un contenuto precettivo; non a caso l'irrogazione della sanzione, nel più ampio diritto punitivo, avviene *quia peccatum est e ne peccetur*, ossia la sanzione\pena ha un'efficacia conformativa dei futuri comportamenti, affinché non possano più ripetersi condotte ritenute *contra legem* da parte dell'autorità preposta. Nessun contenuto normativo (inteso quale *regula juris* destinata a disciplinare comportamenti futuri in chiave generale ed astratta) può quindi essere attribuito alla diffida in questione, rispetto alla quale l'AGCOM si è solo limitata ad accertare l'avvenuta violazione del contenuto del precetto normativo (di cui all'art. 38, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177,) e ad applicare la relativa conseguenza punitiva.
- Allo stesso modo non può essere invocato il “mancato allineamento tra la nozione di autopromozione recata dal legislatore (nazionale, n.d.r.) e quella regolamentare” determinato dal fatto che, a seguito dell'entrata in vigore del D.lgs. n. 44/2010 (cd. Decreto Romani), che è intervenuto a modificare gli artt. 37 e 38 TUSMAR in materia di pubblicità, il regolamento AGCOM non si è ancora del tutto allineato a dette modifiche. Va da sé, infatti, che detto mancato allineamento non incide sull'applicazione delle disposizioni nazionali sopravvenute che, naturalmente, prevalgono in forza del loro rango primario. L'Autorità ha, dunque, interpretato la norma nazionale che si assume violata nell'unico senso imposto dal tenore letterale della stessa, avendo riguardo, peraltro, agli interessi che detta disposizione ha inteso tutelare, segnatamente la posizione dei telespettatori e quella degli operatori concorrenti.
- Per quanto concerne, invece, le argomentazioni in base alle quali “l'impianto normativo del T.U. esprime la chiara volontà del legislatore di disciplinare audiovisivo e radiofonia quanto più possibile in maniera unitaria”, contenendo il TUSMAR una “definizione di responsabilità editoriale unica per i programmi



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

audiovisivi e radiofonici, differendo le attività dell'editore televisivo e quello radiofonico solo per il mezzo e non per la natura", è da dire che la disposizione che sottrae le autopromozioni al regime di affollamento pubblicitario si riferisce esplicitamente alle "emittenti", le quali sono definite dall'art. 2, comma 1, lett. 1 del TUSMAR come i fornitori di servizi di media audiovisivi lineari, diversi da quelli individuati alle lettere aa) e bb), ossia diversi dalle emittenti televisive analogiche e dalle emittenti radiofoniche. Allo stesso tempo, il fornitore di servizi di media è definito dal TUSMAR come "[...] la persona fisica o giuridica cui è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo e ne determina le modalità di organizzazione"; sono escluse dalla definizione di "fornitore di servizi di media le persone fisiche o giuridiche che si occupano unicamente della trasmissione di programmi per i quali la responsabilità editoriale incombe a terzi" (art. 2, comma 1, lett. b), e il servizio di media audiovisivo lineare è definito come il "[...] servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione simultanea di programmi sulla base di un palinsesto di programmi" (art. 2, comma 1, lett. i, enfasi aggiunta). Ne consegue, pertanto, che l'art. 38, comma 6, del TUSMAR sottrae alla disciplina dei limiti di affollamento pubblicitario gli annunci delle emittenti relativi ai propri programmi, e ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati, e dunque gli annunci relativi ai programmi diffusi sulle varie piattaforme dell'emittente e che, alla luce di quanto sopraesposto, possono essere solo di "natura audiovisiva". (Cfr. Tar Lazio, 19 dicembre 2013, n. 10993 in cui si specifica che "mentre è pacifico che nessun collegamento esiste tra la programmazione ed il messaggio pubblicitario, che, per i motivi sopra indicati, interrompe il flusso della fruizione da parte del telespettatore, invece l'autopromozione è strettamente collegata alla programmazione del contenuto televisivo, ragione per cui non sono necessarie le cautele indicate nella norma sui limiti di affollamento"). Le argomentazioni, pertanto, che fanno leva su quanto riferito nella nota prot. n. 32243 del 21 maggio 2010 in base alla quale la "nozione di autopromozione ricomprende la promozione dei programmi riconducibili alla responsabilità editoriale di un 'emittente o di un fornitore di contenuti" non possono trovare accoglimento per le suddette ragioni.

Nel caso di specie ciò che rileva è, invero, l'alterità soggettiva tra emittente radiofonica (Monradio) ed emittente televisiva (Italia 1 - RTI) unitamente alla oggettiva diversità dei rispettivi palinsesti, peraltro caratterizzati da diversità di marchio editoriale. Tale circostanza fa concludere, infatti, per una distinta responsabilità editoriale delle due emittenti: e ciò indipendentemente dalla riconducibilità del controllo dei due distinti soggetti a una medesima entità ad essi sovraordinata. Da tutto ciò consegue che, contrariamente a quanto affermato nelle memorie di RTI, non solo rileva che, nel caso di specie, i canali televisivi editi da RTI abbiano mandato in onda messaggi promozionali di programmi radiofonici. Ma tale circostanza va ad aggiungersi a quella ulteriore legata all'alterità della



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

responsabilità editoriale dei programmi reclamizzati che nel caso *de quo* deve ricondursi in capo ad un soggetto diverso (ossia la società Monradio) da quello che edita i canali televisivi (RTI). In buona sostanza, tanto la natura dei programmi reclamizzati (*radiofonica*, per cui detti programmi non possono considerarsi “*propri*” dell'emittente *televisiva* che li ha reclamati), quanto l'assenza di responsabilità editoriale di detti programmi in capo alla società esercente i canali televisivi in questione, impediscono di definire dette *pubblicità* come di “*autopromozione*”.

Per tali ulteriori motivi appaiono infondati i richiami alla delibera n. 211/08/CSP e alla predetta nota del 2010, e al concetto di diffusione rispettivamente “*sulle varie piattaforme*” o “*su qualsiasi piattaforma*” cui queste ultime fanno riferimento.

- Depone in senso sfavorevole alla società che lo ha menzionato nelle proprie memorie il richiamo da essa operato al cd. “*regolamento quote*”, dove l'Autorità attribuisce espressamente rilievo alla nozione di controllo e quindi alla “*programmazione complessiva*”. Come già evidenziato, infatti, nei provvedimenti che hanno originato la diffida nei confronti della società RTI, il suddetto richiamo “*dimostra proprio che ove il legislatore (inteso anche in senso a-tecnico, come il Regolatore, n.d.r.) ha voluto attribuire rilevanza a tale fenomeno lo ha fatto espressamente (ubi lex voluit dixit)*”.
- Priva di fondamento appare, infine, l'argomentazione addotta circa la diffusione della prassi di promuovere su media audiovisivi la programmazione di media radiofonici del medesimo gruppo editoriale, praticata sia dalla concessionaria del servizio pubblico sia da altri soggetti privati, in quanto, come rilevato anche nei provvedimenti gravati, l'eventuale “*circostanza che una prassi sia diffusa non costituisce prova, né indizio, della sua liceità*”.

RITENUTO di confermare quanto rilevato nell'atto contestazione n. 11/18/DCA - Proc. 2706/MRM per il sopraindicato superamento del limite di affollamento pubblicitario orario, in presunta violazione del citato comma 2, del d.lgs. n. 177/05;

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 al minimo edittale della sanzione pari ad euro 20.658,00 (ventimilaseicentocinquantotto/00) 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:



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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 delle disposizioni normative sopra specificate, tali, comunque, 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 predetta società ha documentato di aver eliminato ovvero attenuato le conseguenze dell'infrazione in esame, che si sono verificate anche per gli "inevitabili tempi tecnici" necessari all'adeguamento del palinsesto.

C. Personalità dell'agente

La società, in quanto titolare di autorizzazione alla fornitura di servizio media audiovisivo, deve essere dotata di un'organizzazione interna, anche di controllo che appare idonea a garantire il pieno rispetto del quadro normativo e regolamentare vigente. Si prende comunque atto che la società ha efficacemente collaborato all'attività istruttoria.

D. Condizioni economiche dell'agente

In considerazione della situazione economica della società R.T.I. Reti Televisive Italiane S.p.A., che presenta condizioni economiche non positive con bilancio al 31 dicembre 2017 in perdita (fonte: Infocamere), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura sopra indicata;

RITENUTO, quanto alla determinazione della sanzione di applicare il criterio del cumulo giuridico, poiché ad esito delle attività istruttorie espletate e delle evenienze fattuali riconducibili al caso *de quo*, emerge la circostanza che oggetto del provvedimento sono il reiterarsi di medesime infrazioni che, considerate come fattispecie del tutto analoghe ripetutasi in più giorni in un breve arco temporale, possono essere valutate come un'unica condotta giuridicamente rilevante. Ciò che rileva, infatti, nella fattispecie *de qua* ai fini della determinazione della sanzione è l'unicità del fine, o meglio la contestualità degli atti, ossia la connessione cronologica tra gli stessi, riferita ad un arco temporale circoscritto e molto ravvicinato.

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni contestate con atto n. 11/18/DCA - Proc. 2706/MRM nella misura corrispondente al minimo edittale previsto per la singola violazione più grave pari ad euro 10.329,00 (diecimilatrecentoventinove/00) aumentata del doppio secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni, e quindi pari ad euro 20.658,00 (ventimilaseicentocinquantotto/00);



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTI gli atti del procedimento;

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

ORDINA

alla società R.T.I. Reti Televisive Italiane S.p.A., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito nazionale "*Italia 1*", con sede legale in Roma, Largo del Nazareno, n. 8, di pagare la sanzione amministrativa di euro 20.658,00 (ventimilaseicentocinquantotto/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione delle disposizioni contenute 38, comma 2, del d.lgs. n. 177/05;

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. 247/18/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. 247/18/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