



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

## DELIBERA N. 28/23/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA  
SOCIETÀ IL TREDICI S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA  
AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE “IL 13”) PER LA VIOLAZIONE DELLE  
DISPOSIZIONI CONTENUTE NEGLI ARTICOLI 43, COMMA 1, LETTERA  
A), 44, COMMA 1, DEL DECRETO LEGISLATIVO 8 NOVEMBRE 2021, N. 208  
E NELL’ARTICOLO 3, COMMI 1, 2 E 7, DELL’ALLEGATO “A” ALLA  
DELIBERA N. 538/01/CSP DEL 26 LUGLIO 2001, NONCHE’ PER LA  
VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NELL’ARTICOLO 4,  
COMMA 3, DEL DECRETO DEL MINISTRO DELLE POSTE E DELLE  
TELECOMUNICAZIONI 9 DICEMBRE 1993, N. 581**

**(CONTESTAZIONI CO.RE.COM. FVG N. 02/2022 E N. 03/2022 - PROCEDIMENTI AGCOM  
RIUNITI N. 35/22/MRM E 36/22/FB)**

### L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 22 febbraio 2023;

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*”;

VISTA la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante “*Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*”;

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*”;

VISTO il decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581 “*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico*”;

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 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 “*Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/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. 437/22/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 della Regione Friuli Venezia Giulia 11 aprile 2001, n. 11, recante “*Norme in materia di comunicazione, di emittenza radiotelevisiva locale ed istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni (Co.Re.Com.)*”, pubblicata nel B.U.R. 11 aprile 2001, n. 15;

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'art. 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**

Il CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia, nell'ambito dell'esercizio delle funzioni di vigilanza sulle trasmissioni televisive ad esso delegate dall'Autorità, ha accertato la sussistenza di una condotta rilevante per l'avvio di procedimenti sanzionatori e ha emesso, nei confronti della società Il Tredici S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo *“Il 13”*, i seguenti provvedimenti:

- atto di Contestazione n. 02/2022 dell'11 novembre 2022, notificato in pari data, con il quale ha contestato la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 43, comma 1, lett. a), 44, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 e nell'articolo 3, commi 1, 2 e 7 dell'allegato “A” alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, per essere incorsa nella violazione della disciplina concernente la corretta riconoscibilità del messaggio pubblicitario.

Dall'istruttoria condotta dal CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia, i cui esiti sono stati trasmessi a questa Autorità con nota prot. 0366331 del 30/12/2022, si evince che il Comitato medesimo, dopo aver esaminato le registrazioni dei programmi trasmessi dalla società Il Tredici S.r.l. dal 10 agosto al 16 agosto 2022 con il marchio *“Il 13”* e dopo averne elaborato i relativi dati di monitoraggio, ha rilevato che il predetto servizio di media audiovisivo 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 degli articoli 43, comma 1, lett. a), 44, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 e dell'articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell'allegato “A” alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001. Specificamente, è stato riscontrato che:

- all'interno del programma *“Missione Relitti”* andato in onda il **10 agosto 2022**, dalle ore 14:29, alle ore 15:13, l'**11 agosto 2022**, dalle 14:24: alle 15:06; il **12 agosto 2022**, dalle 14:50 alle 15:12 ed infine il **14 agosto 2022**, dalle 14:31 alle 14:56, è stata



rinvenuta la presenza di prodotti recanti il marchio “*Ossidabile e/o Cressi*”, in assenza della dicitura “*pubblicità*” o di una dicitura che, comunque, rendesse edotto il telespettatore dell’ inserimento di prodotti;

- durante la trasmissione: “*Amore con il Mondo*”, un programma di intrattenimento (consistente, perlopiù, in passeggiate nella natura girate dall’autore del programma medesimo) andato in onda il **10 agosto 2022**, dalle ore 12:32 alle ore 12:45 e dalle 16.52 alle 17.05, l’**11 agosto 2022** dalle 12:38: alle 12:49 e dalle 16,50 alle 17,05, il **12 agosto 2022** dalle 12:44 alle 12:56, il **13 agosto 2022** dalle ore 12.39 alle ore 12.51 ed infine il **14 agosto 2022** dalle ore 12:31 alle ore 12:43, è apparso in video un vero e proprio *spot* pubblicitario, consistente nell’invito all’acquisto del libro del conduttore “*il guerriero dell’amore*”, in assenza delle dovute segnalazioni, della dicitura “*pubblicità*” o di mezzi ottici o acustici, inseriti all’inizio e/o alla fine del messaggio pubblicitario, atto a renderlo chiaramente riconoscibile e distinguibile dal contenuto della trasmissione;

- nel corso dei programmi di intrattenimento enogastronomico denominati “*Beker on tour*”, andato in onda nella giornata del **10 agosto 2022** dalle ore 13:33 alle 13:58 e “*Buona Agricoltura*”, trasmesso il giorno **10 agosto 2022** dalle 12:45 alle 13:10, il **13 agosto 2022** dalle ore 13:00 alle 13:24 ed il **14 agosto 2022** dalle 03:21 alle 03:45, sono state trasmesse inquadrature indugianti su alcune etichette di vini. In particolare, nei programmi sopra descritti i prodotti oggetto della trasmissione sono stati pubblicizzati, mediante la loro esibizione, con descrizione verbale e visiva e, comunque, facendo specifici riferimenti di carattere promozionale, senza che nel corso della messa in onda fosse presente la scritta “*messaggio promozionale*” e senza che il telespettatore fosse reso edotto della finalità promozionale della presenza del prodotto medesimo;

- durante il programma “*Ski Magazine*” in onda il **14 agosto 2022** dalle 03:52 alle 04:19 è stato ampiamente pubblicizzato l’utilizzo del “*Telepass*” per accedere agli impianti del comprensorio sciistico “*Dolomiti Superski*”, anche in questo caso in assenza di alcuna riconoscibilità e di qualsiasi tipo di discontinuità con la normale programmazione o di segnalazione che informi l’utente circa la natura pubblicitaria dei contenuti proposti;

• atto di Contestazione n. 03/2022 dell’11 novembre 2022, notificato in pari data, con il quale ha contestato la presunta violazione delle disposizioni di cui all’articolo 46 comma 1, lett. b), del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, nonché delle disposizioni di cui all’articolo 4, commi 1 e 3, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, n. 581, per aver mandato in onda in data **11 agosto 2022** la trasmissione “*Time Attack Italia*” recante comunicazioni commerciali audiovisive prive di taluni requisiti atti a qualificarle come sponsorizzazioni e per aver inserito più volte nel corso del programma il nome e il logotipo degli sponsor nonostante la trasmissione sponsorizzata abbia durata inferiore a quaranta minuti.

## 2. Deduzioni della società

Relativamente ai fatti contestati con atto di Contestazione n. 02/2022 dell’11 novembre 2022 la società Il Tredici S.r.l., con nota prot. n. 6377/A del 19 dicembre 2022 e nel corso dell’audizione svoltasi nella medesima giornata, ha eccepito, sostanzialmente,



che le trasmissioni oggetto di contestazione sono *“produzione di terze parti che vengono periodicamente verificate a campione, e che i format “Missione Relitti”, “Amore con il Mondo”, “Buona Agricoltura” e “Ski Magazine” sono stati immediatamente rimossi e non saranno più oggetto della pianificazione dei programmi. Nel format “Beker on Tour”, inoltre, è stata immediatamente inserita in sovraimpressione per tutta la durata del programma la dicitura “Programma con inserimento di prodotti ai fini commerciali”.*

In merito ai fatti contestati con atto di Contestazione n. 03/2022 dell’11 novembre 2022 la suddetta Società, con nota prot. n. 6377/A del 19 dicembre 2022 e nel corso dell’audizione svoltasi nella medesima giornata ha altresì rappresentato che l’emittente *“Il 13”* non ha mai trasmesso alcun format denominato *“Time Attack Italia”* e quanto mandato in onda nell’orario indicato nell’atto di contestazione si riferisce invece al format *“On race Tv”*, una produzione di terze parti che veniva verificata periodicamente a campione e che a seguito della notifica del provvedimento, è stata rimossa dalla programmazione; i fatti contestati sono attribuibili ad un errore commesso in buona fede, probabilmente ascrivibile ad inesperienza, che non ha portato alcun lucro all’emittente.

Con la stessa nota del 19 dicembre 2022 la società Il Tredici S.r.l., ha presentato una dichiarazione di *“impegni”* ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del codice del consumo, dell’articolo 8, comma 7, del d.lgs. 145/2007 e dell’articolo 9 del Regolamento di cui alla delibera AGCM 1 aprile 2015, n. 25411, ribadendo che in esito all’adozione dell’atto di contestazione n. 03/2022 dell’11 novembre 2022, il format *“On race Tv”* è stato immediatamente rimosso e non sarà più oggetto della programmazione de *“Il 13”* ed auspicando che l’impegno assunto costituisca ragione idonea a risolvere tutti i profili di criticità sollevati con l’atto di avvio del procedimento.

A conclusione di entrambe le istruttorie, il CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia, con distinte note del 30/12/2022 ha trasmesso gli atti dei procedimenti all’Autorità confermando quanto emerso nella fase istruttoria e proponendo l’irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria per violazione della normativa in materia di pubblicità e sponsorizzazioni.

### **3. Valutazioni dell’Autorità**

Ad esito della valutazione della documentazione istruttoria in atti, nel rilevare che il CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia ha avviato due procedimenti sanzionatori nei confronti del medesimo fornitore di servizi media audiovisivi aventi ad oggetto la trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive nelle stesse giornate sul medesimo servizio di media audiovisivo, si ritiene preliminarmente di procedere alla trattazione congiunta dei procedimenti sanzionatori n. 02/2022 e 03/2022 dell’11 novembre 2022 che, sebbene avviati separatamente dal citato CO.RE.COM., presentano evidenti profili di connessione soggettiva in quanto emessi nei confronti del medesimo soggetto (Il Tredici S.r.l.) per la programmazione della stessa emittente (*“Il 13”*), ed oggettiva poiché la fattispecie costitutiva delle presunte violazioni contestate riguarda, nella totalità dei casi esaminati, le disposizioni in materia di comunicazioni commerciali audiovisive per le quali è previsto il medesimo presidio sanzionatorio ai sensi delle disposizioni di cui all’art. 67,



comma 1, *lett. c)*, comma 2, *lett. a)* e comma 5, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, nonché il medesimo periodo di tempo.

Nel merito, questa Autorità ritiene di accogliere la proposta del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia di irrogazione di una sanzione pecuniaria ritenendo dimostrata la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 43, comma 1, *lett. a)*, 44, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 e nell'articolo 3, commi 1, 2 e 7 dell'allegato "A" alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 per i seguenti motivi:

- si ravvisa indiscutibilmente il carattere pubblicitario dei messaggi veicolato nelle trasmissioni contestate 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 programmazione in esame, al contrario, si rileva che i protagonisti delle trasmissioni televisive analizzate, di fatto, pubblicizzano i diversi prodotti, 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 alla esposizione (rispetto al contenuto editoriale) dei marchi di due produttori (*Ossidabile e/o Cressi*), 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 rinvergono sia nel formato utilizzato dell'emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature ripetute sui prodotti non giustificabili in ragione delle particolari esigenze narrative-informative sia 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 di quel determinato prodotto assumono un esplicito intento promozionale. 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 (*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 che "[...] 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 discrezionale «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).*

Nel merito si ritiene altresì di poter confermare quanto rilevato dal CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia nell'atto di Contestazione n. 03/2022 dell'11 novembre 2022 in merito alla violazione da parte del fornitore del servizio media audiovisivo "Il 13" delle disposizioni contenute nell'articolo 4, comma 3, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, mentre non si riscontrano i presupposti per accogliere la proposta del citato Comitato in merito all'irrogazione di una sanzione pecuniaria per la presunta violazione delle disposizioni contenute nell'articolo 46, comma 1, lett. b), del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, nonché delle disposizioni di cui all'articolo 4, comma 1, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993 per i seguenti motivi:

- in data 11 agosto 2022 dalle ore 04:42 alle ore 05:15 sull'emittente "Il 13" è andato in onda il programma di attualità e di informazione sportiva denominato "On race Tv" nel corso del quale vengono fornite notizie e curiosità relative al campionato automobilistico "Time Attack Italia";

- la trasmissione è resa chiaramente riconoscibile come programma sponsorizzato attraverso una scritta che appare in sovrapposizione all'inizio della stessa accompagnata da una voce fuori campo che informa i telespettatori che "questa trasmissione è offerta da..." seguita dallo slogan pubblicitario di taluni prodotti e servizi e da una schermata fissa in cui figura la sola citazione del nome e del logotipo delle imprese sponsor della trasmissione, tra cui quelle indicate a titolo esemplificativo nell'atto di contestazione del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia (N.T.P. - Bilstein - EBC Brakes - S Racing - Old school garage ...);

- non si ravvisano pertanto le condizioni per poter attribuire alla società Il Tredici S.r.l. la responsabilità per la violazione delle disposizioni di cui all'articolo 46 comma 1, lett. b), del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 considerato che l'avviso ottico e acustico apparso all'inizio della trasmissione, unitamente alla schermata fissa recante il nome e il logotipo delle aziende che hanno fornito il loro contributo alla realizzazione del



programma, risultano idonei a rendere riconoscibile e a qualificare quest'ultimo come programma sponsorizzato;

- per la medesima ragione non si ravvisano le condizioni per poter attribuire alla società Il Tredici S.r.l. la responsabilità per la violazione delle disposizioni di cui all'art. 4, comma 1, del decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581 che, nel prevedere le forme tipiche della sponsorizzazione televisiva, stabilisce che la stessa *“può esprimersi esclusivamente negli inviti all'ascolto e nelle offerte di programma che precedono immediatamente il programma stesso nonché nei ringraziamenti per l'ascolto o simili effettuati al termine del programma (c.d. "billboards"), accompagnati dalla sola citazione di nome e/o logotipo di una o più imprese, diverse dalla concessionaria, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste”*; al riguardo si osserva che i messaggi recanti lo slogan pubblicitario delle aziende Niinivirta, EKEO e Lo Conte, accompagnata dall'esibizione esplicita delle merci e dalla descrizione dei servizi dalle stesse offerti, pure mandati in onda all'inizio e alla fine della trasmissione dopo l'annuncio relativo all'offerta di programma, non presentando le forme tipiche della sponsorizzazione, non formano oggetto della contestazione, tenuto presente che ai sensi dell'art. 4, comma 5, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, n. 581, *“ogni forma di comunicazione promozionale che presenti contenuto diverso o ulteriore o comunque modalità differenti, rispetto a quanto indicato nei precedenti commi, è da considerare messaggio pubblicitario ai fini dell'applicazione dell'art. 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223”*;

- si rileva dimostrata da parte della società Il Tredici S.r.l. la violazione delle disposizioni di cui all'articolo 4, comma 3, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, n. 581, in quanto il nome e il logotipo delle imprese sponsor della trasmissione *“On race Tv”* (N.T.P. - Bilstein - EBC Brakes - S Racing - Old school garage ...), come riportato in dettaglio nell'atto di contestazione n.03/2022 del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia, compaiono più volte nel corso del programma (ore 04:47, ore 04:56, ore 05:14) nonostante quest'ultimo, al netto delle sigle di apertura e chiusura e delle pause pubblicitarie, abbia durata inferiore ai 40 minuti;

- quanto alla dichiarazione resa dalla società Il Tredici S.r.l. ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del codice del consumo, dell'articolo 8, comma 7, del D.lgs. 145/2007 e dell'articolo 9 del Regolamento di cui alla delibera AGCM 1 aprile 2015, n. 25411, si osserva che l'istituto degli *“impegni”* cui fa riferimento l'emittente riguarda normative e procedure in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di pratiche commerciali scorrette, di violazioni dei diritti dei consumatori nei contratti, di violazioni del divieto di discriminazioni, nonché di clausole vessatorie di esclusiva competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e non è in alcun modo previsto che di esso possa beneficiare il titolare di autorizzazione alla fornitura di servizi media audiovisivi relativamente alla violazione della normativa in materia di programmazione radiotelevisiva di cui in contestazione;

- riguardo all'eccezione di buona fede sollevata nelle memorie difensive dalla società Il Tredici S.r.l., si osserva che la circostanza per la quale i programmi oggetto delle due contestazioni non sono prodotti dalla società, non costituisce causa esimente dal



rispetto delle normative di settore con la consequenziale non perseguibilità dell'illecito derivante, incombando comunque sul fornitore di servizi media audiovisivi, e non altrimenti sul produttore del programma, la responsabilità editoriale sui contenuti trasmessi e di conseguenza anche la responsabilità per il mancato rispetto della normativa vigente, che nel caso di specie proibisce la ripetuta comparsa del nome o del logotipo dello sponsor qualora la durata della trasmissione sponsorizzata sia inferiore a quaranta minuti. Va rilevato, al riguardo, che in considerazione della natura obiettiva dell'illecito commesso, ai fini dell'accertamento della concreta idoneità della condotta posta in essere dal fornitore del servizio di media audiovisivo a pregiudicare il bene tutelato, deve aversi riguardo esclusivamente all'effetto oggettivamente prodotto dalla programmazione televisiva contestata: ai sensi dell'art. 3 della legge n. 689 del 1981, in tema di sanzioni amministrative è infatti necessaria e, al tempo stesso, sufficiente la coscienza e la volontà della condotta, senza che occorra la concreta dimostrazione del dolo o della colpa. In altre parole, la norma pone una presunzione di colpa in ordine al fatto vietato a carico di colui che lo ha commesso, riservando, poi, a questi l'onere di provare di aver agito senza colpa; la fattispecie dell'errore incolpevole/inevitabile sulla liceità della condotta posta in essere, quale causa di esclusione della responsabilità amministrativa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, della legge n. 689 del 1981, ricorre solo quando esso risulti, di fatto, inevitabile, ossia quando si riscontri il verificarsi di un accadimento estraneo al fornitore del servizio media audiovisivo atto a generare in questi la convinzione della liceità della condotta tenuta - caso fortuito e forza maggiore - (Cass. 8 maggio 2001 n. 6383, Cass. 9 settembre 2002 n. 13072, Cass. 4 luglio 2003 n. 10607, Cass. 15 giugno 2004 n. 11253, Cass. n. 13610 del 2007, Cass. 11 giugno 2007 n. 13610, Cass. 28 gennaio 2008, n. 1781, Cass. 16 gennaio 2008, n. 726 e Cass. 09 gennaio 2008 n. 228). La società Il Tredici S.r.l. si è limitata a dichiarare di aver agito in buona fede commettendo un errore dovuto ad inesperienza ma non ha provato come, per cause indipendenti dalla sua volontà e, quindi, ad essa non imputabili, non sia stato altrimenti possibile evitare il verificarsi della violazione per consentire il corretto e puntuale rispetto della normativa in materia di sponsorizzazioni. Al riguardo si osserva che nel caso di specie non è ravvisabile la circostanza del "caso fortuito" atto ad escludere la punibilità dell'agente per la violazione verificatasi in quanto l'accadimento fortuito, per produrre l'effetto di escludere la punibilità dell'agente, deve risultare totalmente svincolato sia dalla condotta del soggetto agente, sia dalla sua colpa; ne consegue che in tutti i casi in cui l'agente abbia dato materialmente causa al fenomeno (solo, dunque, apparentemente fortuito), ovvero nei casi in cui l'accadimento, pure eccezionale, poteva in concreto essere previsto ed evitato se l'agente non fosse stato imprudentemente negligente o imperito, non è possibile parlare propriamente di fortuito in senso giuridico (cfr. Cassazione penale, Sez. IV, sentenza n. 4220 del 22 marzo 1989). Nel caso di specie, la società avrebbe potuto evitare il verificarsi della violazione contestata se avesse prestato particolare attenzione ai prodotti non realizzati dalla stessa ed operato i dovuti controlli sulla programmazione mandata in onda, accorgimenti che, del resto, ha riferito di aver disposto solo a seguito della notifica dell'atto di contestazione del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia. In conclusione, nella fattispecie in esame non risulta dimostrata in atti un'ipotesi di impossibilità oggettiva derivante da un accadimento estraneo alla condotta del fornitore del servizio di media audiovisivo, tale da costituire un



impedimento per il fornitore stesso ad adempiere l'obbligo in esame e ad esimerlo dalla responsabilità per il mancato rispetto dello stesso;

RITENUTO, per ragioni di economicità ed efficacia dell'azione amministrativa, di procedere alla riunione dei procedimenti che si pongono tra loro in rapporto di connessione oggettiva e soggettiva, avuto riguardo alla materia trattata e ai beni giuridici protetti, oltre che all'identità del periodo considerato. Tale connessione rileva anche sotto il profilo procedurale, con riferimento alle sanzioni irrogabili;

CONSIDERATO che l'art. 43, comma 1, lett. a) del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021 stabilisce che: *“le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere prontamente riconoscibili come tali e sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte”*;

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. 3, commi 1, 2 e 7 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 [...]”*, 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”*; e che *“è vietata la pubblicità clandestina e che comunque utilizzi tecniche subliminali”*;

CONSIDERATO che l'art. 4, comma 3, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, n. 581 stabilisce, in materia di sponsorizzazioni, che *“qualora la trasmissione sponsorizzata sia di durata non inferiore a quaranta minuti è consentita, per una sola volta e per non più di cinque secondi, la comparsa del nome o del logotipo dello sponsor durante la trasmissione medesima”*;

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 d.lgs. n. 177/2005;

CONSIDERATO che, ai fini della determinazione della sanzione, vale considerare



che la programmazione dei contenuti trasmessi nelle cinque 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 Il Tredici S.r.l. deve ritenersi di lieve gravità, in considerazione della rilevazione di episodi non isolati di violazione delle disposizioni normative in materia di pubblicità che sono stati riscontrati quasi per l'intero periodo sottoposto a controlli.

#### **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 in essere 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 "*è stata immediatamente sospesa la trasmissione dei programmi contestati*" essendosi, in ogni caso, già verificati effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori.

#### **C. Personalità dell'agente**

La società, 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 particolare, dalla consultazione della banca dati "Telemaco" del Registro delle Imprese, i dati di cui si dispone sono quelli relativi al 2021, da cui risultano (voce A1 del conto economico) ricavi pari a 142.217,00 euro e un utile di esercizio;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative di cui all'art. 43, comma 1, lett. a) e all'art.44, comma 1, del d.lgs. n. 208 dell'8 novembre 2021, nonché all'art. 3, commi 1, 2 e 7 dell'allegato A) alla



delibera n. 538/01/CSP e all'art. 4, comma 3, del Decreto del Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni del 9 dicembre 1993, n. 581, nella misura di euro 7.747,50 (settemilasettecento quarantasette/50), corrispondente ad una volta e mezzo il minimo edittale previsto per la singola violazione moltiplicata per cinque (n. 5) 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 società Il Tredici S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Il 13", con sede legale a Pordenone (PN), via Della Motta, 13 (C.F.01832860934), di pagare la sanzione amministrativa di 7.747,50 (settemilasettecentoquarantasette/50, al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto, nei termini descritti in motivazione, ai sensi e per gli effetti dell'art. 67 del d.lgs. n. 208/2021;

### **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 7.747,50 (settemilasettecentoquarantasette/50 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. 28/23/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



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

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. 28/23/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, 22 febbraio 2023

IL PRESIDENTE  
Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE  
Elisa Giomi

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