

Delibera n. 4/CSP/99

Disposizioni per la stampa e l'emittenza radiotelevisiva relative alla campagna per le elezioni dei sindaci e dei consigli comunali di Sciacca, Caltanissetta, Mazzarino, Aci Catena, Mascalucia, Milo, Motta Sant'anastasia, Ragalna, Piazza Armerina, Sant'Agata di Militello, Tortorici, Baucina, Monreale, Avola, Carlentini, Pachino, Siracusa, Mazara del Vallo, Salaparuta, fissate per il giorno 28 novembre 1999

L'AUTORITA'

NELLA riunione della Commissione Servizi e Prodotti del 14 ottobre 1999;

VISTA la legge 25 marzo 1993, n. 81, sull'elezione diretta del sindaco, del presidente della provincia, del consiglio comunale e del consiglio provinciale;

VISTO l'art. 20, comma 2, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, sulla disciplina delle campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei Deputati e al Senato della Repubblica, che dichiara applicabile per le elezioni dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia le disposizioni degli articoli 1 e 6 nonché le relative sanzioni previste dall'art. 15 della stessa legge, oltre che le disposizioni di cui agli articoli 17, 18 e 19;

VISTO l'art. 1, comma 6, lettera b) n. 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, sull'istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

RITENUTA la necessità di provvedere, relativamente alle elezioni dei sindaci e dei consigli comunali di Sciacca (AG), Caltanissetta, Mazzarino (CL), Aci Catena, Mascalucia, Milo, Motta Sant'Anastasia, Ragalna (CT), Piazza Armerina (EN), Sant'Agata di Militello, Tortorici (ME), Baucina, Monreale (PA), Avola, Carlentini, Pachino, Siracusa (SR), Mazara del Vallo, Salaparuta (TP), fissate per il giorno 28 novembre 1999, alla definizione delle modalità e dei contenuti della comunicazione di cui all'art. 1, comma 2, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nonché alla definizione delle regole per assicurare l'attuazione del principio di parità nelle concrete modalità di utilizzazione degli spazi di propaganda sulla stampa quotidiana e periodica e nella radiodiffusione sonora e televisiva e per assicurare il concreto conseguimento degli obiettivi di parità di trattamento anche nei programmi e servizi di informazione elettorale radiotelevisivi;

RITENUTA la necessità di provvedere altresì alla definizione dei criteri di determinazione e dei limiti massimi delle tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sulla stampa quotidiana e periodica e nella radiodiffusione sonora e televisiva;

RITENUTA l'estraneità delle trasmissioni di propaganda elettorale e degli inerenti avvisi ai limiti quantitativi previsti per le emittenti radiotelevisive in materia di pubblicità commerciale;

RITENUTI concretamente rilevanti, ai fini della campagna elettorale, gli editori che pubblicano testate quotidiane o periodiche, ovvero edizioni locali di queste, aventi diffusione nelle aree geografiche interessate dalla precisata consultazione elettorale nonché le emittenti radiotelevisive che hanno diffusione nelle stesse aree;

UDITA la relazione del Commissario Dott. Giuseppe Sangiorgi, relatore ai sensi dell'art. 32 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

TITOLO I

STAMPA PERIODICA E QUOTIDIANA

Capo I

Propaganda elettorale

Art. 1

Comunicazione preventiva

1. Gli editori di giornali quotidiani e periodici o di edizioni locali di questi che intendono diffondere a qualsiasi titolo, nei trenta giorni precedenti la data delle votazioni, propaganda elettorale per le elezioni dei sindaci e dei consigli comunali di Sciacca, Caltanissetta, Mazzarino, Aci Catena, Mascalucia, Milo, Motta Sant'Anastasia, Ragalna, Piazza Armerina, Sant'Agata di Militello, Tortorici, Baucina, Monreale, Avola, Carlentini, Pachino, Siracusa, Mazara del Vallo, Salaparuta, fissate per il giorno 28 novembre 1999, sono tenuti a dare notizia dell'offerta dei relativi spazi entro il giorno 25 ottobre 1999, attraverso un apposito comunicato pubblicato sulla stessa testata interessata alla diffusione della propaganda. Per la stampa periodica si tiene conto della data di effettiva distribuzione e non di quella di copertina. Ove in ragione della periodicità della testata non sia stato possibile pubblicare su di questa, nel termine anzidetto, il comunicato preventivo, la diffusione di propaganda non potrà avere inizio che dal numero successivo a quello recante la pubblicazione del comunicato sulla

testata, salvo che il comunicato sia stato pubblicato, nel termine prescritto e nei modi di cui al comma 2, su altra testata, quotidiana o periodica, di analoga diffusione.

2. Il comunicato preventivo deve essere pubblicato con adeguato rilievo, sia per collocazione sia per modalità grafiche, e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la definizione degli spazi disponibili nonché delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono della redazione della testata e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice di autoregolamentazione è depositato;

b) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di pubblicazione, entro il quale gli spazi medesimi possono essere prenotati;

c) le tariffe per l'accesso a tali spazi, quali autonomamente determinate per ogni singola testata secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'articolo 4, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) ogni eventuale ulteriore circostanza od elemento rilevante per la fruizione degli spazi medesimi.

3. Nel caso di edizioni locali o comunque di pagine locali di testate a diffusione nazionale, tali intendendosi ai fini del presente atto le testate con diffusione pluriregionale, dovranno indicarsi distintamente le tariffe praticate per le pagine locali e le pagine nazionali nonché, ove diverse, le altre modalità di cui al precedente comma.

4. Il comunicato può essere pubblicato più volte e diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

5. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato dal comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1 e salvo quanto previsto nello stesso comma per le testate periodiche, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di pubblicazione del comunicato preventivo.

Art. 2

Codice di autoregolamentazione

1. I soggetti di cui all'art. 1 sono tenuti a determinare per ciascuna testata gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle pubblicazioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare - anche attraverso predefinite limitazioni nelle modalità di prenotazione - che gli spazi disponibili siano equamente distribuiti tra tutti i soggetti interessati che ne facciano richiesta nei termini stabiliti.

2. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione, nelle sedi precisate nella comunicazione preventiva di cui all'art. 1, deve essere inviato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni a sua richiesta, in qualunque momento, e deve essere comunque conservato dagli editori. E' in facoltà degli editori pubblicare il codice di autoregolamentazione della testata interessata.

Art.3

Modalità dei messaggi di propaganda

1. I messaggi di propaganda debbono essere chiaramente riconoscibili, anche per specifica collocazione, secondo modalità uniformi per ciascuna testata e debbono recare l'indicazione del loro committente.

Art.4

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Tenute presenti le differenze strutturali delle varie scale tariffarie e delle relative graduazioni normalmente definite dalla stampa in funzione della diversità di natura e tipologia del messaggio pubblicitario, le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna testata, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal valore più alto tra il quaranta per cento della tariffa massima e il settanta per cento della tariffa minima vigenti, per le diverse categorie di pubblicità, sulla testata medesima. Si escludono dal ventaglio delle tariffe cui deve aversi riguardo per tale calcolo le tariffe relative alle pubblicità editoriali.

2. Per le testate a tariffa unica di pubblicità, la tariffa per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale non può eccedere il limite rappresentato dal cinquanta per cento della tariffa medesima.

3. I limiti stabiliti dai commi 1 e 2 si intendono riferiti alle tariffe quali rispettivamente vigenti per le edizioni di pagine locali ovvero per le edizioni o pagine nazionali, nonché, eventualmente, per i diversi giorni della settimana e per la diversa collocazione del messaggio.

4. Debbono essere riconosciute a tutti coloro che richiedono spazi di propaganda elettorale le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi.

5. Ogni editore è tenuto a far verificare in modo documentale a qualunque interessato, a richiesta, le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda, nonché i listini in relazione ai quali ha determinato le tariffe per gli spazi medesimi.

CapoII

Pubblicità elettorale

Art.5

Divieto di pubblicità elettorale

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 29 della legge 25 marzo 1993, n. 81, la pubblicità elettorale.
2. Si considerano forme di pubblicità vietata le inserzioni di meri slogan positivi o negativi, di foto o disegni e/o di inviti al voto non accompagnati da un'adeguata, sia pur succinta, presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee, ovvero da una critica motivata nei confronti dei competitori.
3. Il divieto di cui al comma 1 non si applica agli organi ufficiali di stampa dei partiti e movimenti politici.

TITOLO II

RADIODIFFUSIONE SONORA E TELEVISIVA

Capo 1

Propaganda elettorale

Art.6

Comunicazione preventiva

1. I soggetti che svolgono attività radiotelevisiva qualora intendano trasmettere a qualunque titolo, nei trenta giorni precedenti quello della votazione, propaganda elettorale per le elezioni dei sindaci e dei consigli comunali di Sciacca, Caltanissetta, Mazzarino, Aci Catena, Mascalucia, Milo, Motta Sant'Anastasia, Ragalna, Piazza Armerina, Sant'Agata di Militello, Tortorici, Baucina, Monreale, Avola, Carlentini, Pachino, Siracusa, Mazara del Vallo, Salaparuta, fissate per il giorno 28 novembre 1999, sono tenuti a dare preventiva notizia entro il giorno 25 ottobre 1999 dell'offerta dei relativi spazi e/o dei programmi al riguardo previsti, attraverso un apposito comunicato mandato in onda sulla stessa emittente cui gli spazi e/o i programmi si riferiscono. Tale comunicato deve essere diffuso almeno una volta nella fascia oraria di maggiore ascolto e deve precisare:

a) l'avvenuta predisposizione di un codice di autoregolamentazione per la predeterminazione di tutti gli spazi da cedere e/o dei programmi di propaganda da realizzare (tavole rotonde, conferenze stampa, tribune e quant'altro), nonché per la definizione delle condizioni generali dell'accesso, con indicazione dell'indirizzo e del numero di telefono delle sedi dell'emittente e degli uffici della concessionaria di pubblicità presso cui il codice è depositato;

b) le eventuali ulteriori forme di pubblicizzazione date al codice di autoregolamentazione;

c) le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda, come autonomamente determinate per ogni singola emittente secondo i criteri e nei limiti stabiliti nell'articolo 10, nonché le eventuali condizioni di gratuità;

d) le condizioni temporali di prenotazione degli spazi autogestiti, ovvero di accettazione dell'invito a partecipare ai programmi di propaganda, con puntuale indicazione del termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale la prenotazione o l'accettazione debbono intervenire;

e) ogni eventuale ulteriore circostanza ed elemento rilevante per la fruizione degli spazi e/o dei programmi di propaganda, ivi compreso il termine ultimo, rapportato ad ogni singolo giorno di trasmissione, entro il quale è possibile presentare l'eventuale materiale autoprodotta relativo agli spazi già prenotati.

2. L'indicazione di cui al comma 1, lettera c), può essere sostituita con la precisazione che le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono indicate in un apposito documento a disposizione di chiunque voglia prenderne visione presso la sede legale e presso le sedi operative dell'emittente nonché presso gli uffici delle concessionarie di pubblicità.

3. Il comunicato può essere trasmesso più volte ed essere diffuso anche in ogni altra forma ritenuta opportuna.

4. La trasmissione del comunicato preventivo costituisce condizione pregiudiziale di legittimità della diffusione di propaganda per la consultazione elettorale nel periodo considerato nel comma 1. In caso di mancato rispetto del termine a tal fine stabilito nel comma 1, la diffusione di propaganda non può avere inizio che dal quinto giorno successivo alla data di trasmissione del comunicato preventivo.

Art.7

Codice di autoregolamentazione per le trasmissioni di propaganda

1. I soggetti di cui all'art. 6 sono tenuti a determinare, per ciascuna emittente gestita, nell'ambito della loro autonomia e per la disciplina delle trasmissioni di propaganda, un apposito codice di autoregolamentazione per assicurare, nell'offerta di spazi autogestiti e nella realizzazione dei programmi, il rispetto del principio della parità di opportunità per tutti i competitori interessati.

2. Il codice di autoregolamentazione, con riguardo ai trenta giorni precedenti la data delle votazioni, deve, in particolare, indicare i programmi di propaganda complessivamente previsti e/o determinare gli spazi complessivamente disponibili per la propaganda.

3. Il codice di autoregolamentazione deve rimanere a disposizione di chiunque intenda prenderne visione presso le sedi e gli uffici previsti nella comunicazione preventiva di cui all'art. 6 e deve comunque essere conservato dall'emittente.

4. Entro il giorno 26 ottobre 1999 i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito nazionale inviano all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni copia del codice di autoregolamentazione. Nel caso di mancato rispetto del termine per il comunicato preventivo di cui all'art. 6, fermo quanto disposto nel comma 4 dello stesso articolo, il codice di autoregolamentazione deve essere inviato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni entro il giorno successivo a quello in cui viene diffuso il comunicato preventivo.

5. Nello stesso termine di cui al comma 4 i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva in ambito locale inviano copia del codice di autoregolamentazione al competente comitato regionale per i servizi radiotelevisivi. In caso di invio del codice di autoregolamentazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, non rimane escluso l'obbligo di trasmissione nei confronti del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed il silenzio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni non implica verifica di legittimità del codice, che rimane riservata al momento della segnalazione di eventuali violazioni.

Art. 8

Circuiti

1. Le trasmissioni in contemporanea da parte di emittenti locali che operano in circuiti nazionali comunque denominati sono considerate, ai fini del presente atto, come trasmissioni in ambito nazionale; il consorzio costituito per la gestione del circuito, o, in difetto, le singole emittenti che ne fanno parte, sono tenuti, in particolare, al rispetto delle disposizioni dell'art. 7, comma 4.

2. Rimangono ferme per ogni emittente del circuito, per il tempo di trasmissione autonoma, le disposizioni previste per le emittenti locali, ivi compresa quella di cui all'art. 7, comma 5.

3. Ogni emittente risponde direttamente delle violazioni realizzatesi nell'ambito delle trasmissioni in contemporanea.

Art. 9

Modalità delle trasmissioni di propaganda

1. I programmi di propaganda elettorale possono realizzarsi nelle formule e nelle modalità definite dall'emittente secondo criteri che, in relazione alla struttura ed ai tempi relativi, consentano, in condizioni di parità, una corretta illustrazione delle rispettive posizioni da parte dei singoli competitori nonché dei programmi amministrativi presentati ai sensi del comma 5 dell'art. 3 della legge 25 marzo 1993, n. 81. I programmi di propaganda elettorale, anche se di breve durata, debbono essere introdotti da un'indicazione della relativa natura e debbono avere autonomia nell'ambito del palinsesto.

2. Gli spazi di propaganda debbono essere segnalati come tali.

3. Ove l'ambito di diffusione dell'emittente risulti più ampio di quello di un singolo collegio elettorale, debbono essere adottati, anche nel seguire criteri d'alternanza, tutti gli accorgimenti necessari a non confondere gli elettori, con riguardo, in particolare, a competizioni elettorali concernenti comuni con meno di 15 mila abitanti. A tal fine dovranno essere di volta in volta fornite idonee indicazioni circa i collegi interessati da ogni singola trasmissione o segmento di trasmissione, con breve richiamo, in via preliminare, al meccanismo elettorale operante per gli stessi collegi.

4. Tutte le trasmissioni di propaganda elettorale relative al medesimo collegio, nel cui ambito va rispettata la parità di condizioni, debbono andare in onda in identica fascia oraria e debbono rispettare nella loro rispettiva articolazione il criterio di parità all'interno delle diverse categorie di competitori. Eventuali registrazioni debbono essere tutte effettuate, compatibilmente con le esigenze tecniche ed organizzative, con analogo anticipo rispetto alla data ed all'ora della trasmissione. L'eventuale riserva degli spazi o dei programmi ad alcune soltanto delle categorie di competitori (candidati sindaci; liste; candidati di lista del consiglio comunale) e/o ad alcuni soltanto dei collegi ricompresi nell'area di diffusione dell'emittente, deve essere chiaramente precisata nel codice di autoregolamentazione.

5. I soggetti di cui all'art. 6, anche attraverso un eventuale responsabile delle trasmissioni di propaganda, sono tenuti a far osservare le regole del codice di autoregolamentazione e ad assicurare comunque che vengano rispettati i principi di lealtà e correttezza del dialogo democratico.

Art. 10

Tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda

1. Le tariffe per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale sono determinate da ciascuna emittente, secondo le rispettive politiche tariffarie, in misura comunque non eccedente il limite rappresentato dal trentacinque per cento dei prezzi di listino vigenti per la cessione dei corrispondenti spazi di pubblicità tabellare commerciale.

2. Debbono essere riconosciute a tutti i richiedenti di spazi pubblicitari le condizioni di miglior favore praticate ad alcuno di essi.

3. Ogni soggetto di cui all'art.6 è tenuto a far verificare, in modo documentale, a richiesta, a qualunque interessato, al competente comitato regionale per i servizi radiotelevisivi ed ai competenti organi periferici dell'Amministrazione delle comunicazioni le condizioni praticate per l'accesso agli spazi di propaganda elettorale nonché i listini in vigore per la cessione degli spazi di pubblicità in relazione ai quali ha determinato le tariffe per l'accesso agli spazi anzidetti.

Capo II Pubblicità elettorale

Art. 11 *Divieto di pubblicità*

1. Nei trenta giorni precedenti la data della votazione è vietata, ai sensi dell'art. 29 della legge 25 marzo 1993, n. 81, la pubblicità elettorale.

2. Si considerano forme di pubblicità vietata, oltre agli spot:

a) le trasmissioni contenenti esclusivamente elementi di spettacolarizzazione, scene artificiosamente accattivanti anche per la non genuinità di eventuali prospettazioni informative, slogan, inviti al voto non accompagnati da un'adeguata - ancorché succinta - presentazione politica di candidati e/o di programmi e/o di linee;

b) le trasmissioni che usano, attraverso elementi atti a destare rifiuto, le stesse tecniche di suggestione indicate sotto la lettera a) per offrire esclusivamente un'immagine negativa dei competitori.

3. Il divieto di cui al comma 1 non si applica agli organi radiofonici dei partiti e dei movimenti politici.

Capo III
Programmi e servizi informativi

Art. 12
Programmi e servizi informativi; altri programmi

1. A decorrere dal trentesimo giorno precedente la data della votazione, nei programmi radiotelevisivi di informazione, anche non elettorale, riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica registrata nei modi previsti dall'art. 10, comma 1, della legge 6 agosto 1990, n. 223, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, membri del Governo, della Giunta e dell'Assemblea della Regione siciliana, delle Giunte e dei Consigli provinciali e comunali del territorio interessato alla consultazione elettorale è ammessa esclusivamente nei limiti della esigenza di assicurare completezza e imparzialità dell'informazione. In particolare:

a) la presenza di candidati, di esponenti di partiti e movimenti politici, di membri del Governo è ammessa solo in quanto risponda all'esigenza di assicurare una corretta informazione su fatti o eventi di interesse giornalistico, non attinenti alla competizione elettorale, legati all'attualità della cronaca;

b) la presenza dei membri della Giunta e dell'Assemblea regionale nonché delle Giunte e dei Consigli degli enti locali è ammessa qualora sia esclusivamente riferita a fatti o eventi di rilevanza locale non attinenti alla competizione elettorale;

c) può essere mandata in onda la ripresa in diretta o registrata di fatti o eventi di cui siano partecipi i soggetti indicati nelle lettere a) e b), che attengano alla competizione elettorale o comunque rilevino ai fini di questa, al limitato scopo di assicurare la completezza dell'informazione, sempre che la ripresa abbia una durata commisurata a quella media delle altre notizie recate dalla stessa trasmissione informativa, sia limitata ad immagini commentate senza brani in voce dei soggetti anzidetti e sia garantita la corretta e neutrale rappresentazione delle posizioni espresse; la selezione di fatti ed eventi da riprendere, per quanto in particolare riguarda manifestazioni o comizi, deve rispondere ad un criterio di pari opportunità per le diverse parti impegnate nella competizione elettorale nell'arco dell'intero ciclo dei servizi trasmessi a decorrere dal trentesimo giorno precedente la data della votazione.

2. Qualora nel corso di servizi e programmi di informazione vengano trattate questioni di rilievo ai fini della competizione elettorale, le posizioni rispettivamente assunte al riguardo dalle diverse forze politiche impegnate nella competizione devono essere rappresentate in modo corretto e completo. Rimane salva la libertà di commento e di critica che, in una chiara distinzione tra l'informazione e l'opinione, salvaguardi comunque il rispetto delle persone.

3. Nei programmi e servizi di informazione elettorale realizzati con l'intervento esclusivo degli operatori della comunicazione le emittenti radiotelevisive sono tenute a

garantire la parità di trattamento tra i diversi competitori nonché la completezza e l'imparzialità dell'informazione.

4. Nel complesso dei programmi e dei servizi informativi elettorali a ciascun competitore deve essere assicurata la stessa misura globale di tempo senza disuguaglianza nelle fasce orarie della messa in onda. Un'equa distribuzione del tempo deve essere particolarmente osservata negli ultimi giorni prima delle votazioni. La selezione del pubblico, ove sia ammesso, nelle trasmissioni cui partecipano i candidati o i rappresentanti delle forze politiche in competizione, deve salvaguardare una presenza equilibrata delle diverse posizioni. Il conduttore ha il dovere di curare che durante la trasmissione il pubblico mantenga un contegno corretto.

5. Fatto salvo quanto previsto nei precedenti commi in relazione ai programmi e servizi informativi, è vietata la presenza dei soggetti di cui al comma 1 in tutte le trasmissioni radiotelevisive diverse da quelle di propaganda elettorale. Non si considera presenza in trasmissione la ripresa dei soggetti anzidetti nel corso di una telecronaca o di un programma di intrattenimento ove tale ripresa sia occasionale, non ripetuta e tecnicamente non evitabile senza pregiudizio dell'integrità della trasmissione e comunque rimangano esclusi interventi personali o citazioni dei soggetti medesimi.

6. E' fatto comunque divieto a registi, conduttori ed ospiti dei programmi di qualsiasi genere di fornire, nel contesto di questi, anche in forma indiretta, indicazioni di voto o manifestare proprie preferenze di voto.

7. Ai fini di quanto previsto nel comma 1 ed in relazione al disposto dell'art. 17 si intendono ricompresi nei fatti od eventi di interesse giornalistico legati all'attualità della cronaca, limitatamente ai tre giorni immediatamente successivi, anche gli esiti del primo turno di votazione fissato per il 28 novembre 1999 nonché gli esiti di altre consultazioni elettorali cadenti nell'arco temporale considerato dal presente atto.

Capo IV

Disposizioni generali

Art. 13

Conservazione delle registrazioni

1. I soggetti di cui all' art. 6 sono tenuti a conservare la registrazione della comunicazione preventiva di cui allo stesso articolo. Tutti i soggetti che svolgono attività radiotelevisiva con diffusione nei comuni interessati dalle competizioni elettorali sono tenuti a conservare le registrazioni della totalità dei programmi trasmessi sino al giorno delle votazioni per i tre mesi successivi a tale data, salvo, comunque, l'obbligo di conservare sino alla conclusione del procedimento le registrazioni dei programmi in

ordine ai quali, nell'anzidetto termine, sia stata notificata contestazione di violazione della normativa recata dalla legge 10 dicembre 1993, n. 515, ovvero delle prescrizioni della Commissione Parlamentare di vigilanza per i servizi radiotelevisivi ovvero delle disposizioni del presente atto.

Art. 14

Compiti del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi.

1. Il comitato regionale per i servizi radiotelevisivi assicura la corretta e uniforme applicazione della normativa e provvede a:

a) verificare i modi di definizione dei calendari delle trasmissioni di propaganda, anche secondo le eventuali esigenze di alternanza in ragione del numero dei soggetti interessati, nonché il rispetto dei calendari medesimi;

b) presenziare agli eventuali sorteggi previsti per la definizione dell'ordine di successione dei soggetti interessati nelle varie trasmissioni, nonché ad ogni altro sorteggio previsto nei codici di autoregolamentazione delle singole emittenti per la disciplina di qualsiasi altro aspetto delle trasmissioni di propaganda;

c) verificare la corretta e trasparente applicazione dei criteri enunciati nel codice di autoregolamentazione per le presenze dei giornalisti nelle trasmissioni realizzate nelle forme della conferenza stampa;

d) verificare il rispetto delle disposizioni dell'art. 1 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, e dell'art. 29 della legge 25 marzo 1993, n. 81, nonché delle disposizioni dettate per la concessionaria del servizio pubblico dalla commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi per quanto concerne le trasmissioni a carattere regionale, e delle disposizioni dettate per l'emittenza privata con il presente atto.

2. Nei casi di ritenuta violazione da parte di un'emittente avente sede o domicilio eletto nell'area di competenza, il comitato regionale per i servizi radiotelevisivi la richiama al rispetto della normativa, raccoglie i necessari elementi di valutazione e riferisce senza indugio all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai fini delle conseguenti determinazioni di competenza, fornendo anche ogni utile indicazione in ordine alle condizioni economiche e patrimoniali dell'emittente medesima.

3. Per il tempestivo espletamento dei compiti del comitato regionale per i servizi radiotelevisivi i gruppi della Guardia di finanza inviano direttamente ad esso, senza indugio, le denunce ricevute nei confronti di emittenti aventi sede o domicilio eletto nell'ambito territoriale di competenza, corredandole della relativa registrazione dei programmi denunciati.

4. I responsabili degli organi periferici del Ministero delle Comunicazioni segnalano senza indugio all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le violazioni delle norme di cui al comma 1, lettera d), e collaborano, a richiesta, anche con i comitati provinciali per i servizi radiotelevisivi ai quali inviano, comunque, copia delle segnalazioni dirette all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

TITOLO III

DISPOSIZIONI COMUNI ALLA STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA ED ALLA RADIODIFFUSIONE SONORA E TELEVISIVA.

Art. 15

Accesso agli spazi di propaganda

1. La concessione di uno spazio per propaganda elettorale ad una lista, ad un candidato alla carica di sindaco ovvero a un candidato al consiglio comunale determina, in applicazione delle disposizioni della legge 10 dicembre 1993, n. 515, l'obbligo di consentire rispettivamente a tutte le altre liste ed a tutti gli altri candidati alla carica di sindaco ovvero a tutti gli altri candidati al consiglio comunale che siano impegnati nella competizione elettorale nel medesimo collegio, l'accesso ad analogo spazio di propaganda elettorale ad identiche condizioni.

Art. 16

Collegamenti di liste

1. Nel caso di più liste collegate ad un candidato, ogni lista deve essere considerata in modo autonomo ai fini delle disposizioni del presente atto.

Art. 17

Secondo turno di votazioni

1. Le disposizioni del presente atto si applicano, per la parità di trattamento dei candidati, anche in occasione del secondo turno elettorale del giorno 12 dicembre 1999 al quale si dovesse procedere nei singoli collegi. Qualora nei comunicati preventivi di cui agli articoli 1 e 6 non sia stato preso in considerazione anche il periodo intercorrente tra il primo ed il secondo turno di votazioni, analoghi comunicati, con riguardo a tale periodo, dovranno essere pubblicati e diffusi entro il 1° dicembre 1999.

Art. 18

Divieto di propaganda

1. Nel giorno precedente ed in quello stabilito per la votazione è vietata qualsiasi forma di propaganda oltre che di pubblicità.

Art. 19

Sondaggi

1. Ai sensi dell'articolo 6 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nei quindici giorni precedenti la data della votazione e sino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato rendere pubblici o comunque diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito dell'elezione e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori anche se effettuati anteriormente alla data di decorrenza del divieto anzidetto. La violazione del divieto, se commessa durante lo svolgimento delle votazioni, è sanzionata anche penalmente a norma dell'articolo 15, comma 4, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, come sostituito dall'articolo 1 del decreto-legge 4 febbraio 1994, n. 88, convertito con legge 24 febbraio 1994, n. 127.

2. Fermo il divieto di cui al comma 1, nel periodo precedente a quello ivi considerato la diffusione o pubblicazione anche parziale dei risultati dei sondaggi deve essere accompagnata dalle seguenti indicazioni, della cui veridicità è responsabile il soggetto che realizza il sondaggio:

a) soggetto che ha realizzato il sondaggio e, se realizzato con altri, le collaborazioni di cui si è avvalso;

b) committente e acquirenti;

c) numero delle persone interpellate e universo di riferimento;

d) metodo di raccolta delle informazioni e di elaborazione dei dati;

e) domande rivolte;

f) percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda;

g) criteri seguiti per la formazione del campione;

h) date in cui è stato realizzato il sondaggio.

3. Le disposizioni dei precedenti commi si applicano anche per le pubblicazioni o diffusioni di risultati che indichino la sola posizione reciproca dei competitori.

4. Fino alla chiusura delle operazioni di voto è vietata la pubblicazione e la trasmissione dei risultati di inviti, rivolti al pubblico o a soggetti selezionati anche nel corso di inchieste giornalistiche, ad esprimere in qualsiasi forma e con qualsiasi mezzo le proprie preferenze di voto ovvero i propri orientamenti politici.

Art. 20

Repressione delle violazioni.

1. Le sanzioni amministrative pecuniarie stabilite dall'art. 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, come modificato dall'articolo 1, comma 23, del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, convertito con legge 23 dicembre 1996, n. 650, per la violazione della legge medesima ovvero delle disposizioni dettate dalla commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza per la concessionaria del servizio pubblico ovvero delle disposizioni dettate con il presente atto, non sono evitabili con il pagamento in misura ridotta previsto dall'art. 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689. Esse si applicano anche a carico dei soggetti a favore dei quali sono state commesse le violazioni qualora ne venga accertata la corresponsabilità.

2. Con salvezza delle sanzioni pecuniarie, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, in caso di violazioni da parte di emittenti radiotelevisive, diffida immediatamente al ripristino delle condizioni dovute, indicando il termine e le modalità della relativa attuazione. Ove nel termine assegnato, che non può comunque eccedere i tre giorni, non vi sia stata ottemperanza, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni adotta un provvedimento impeditivo dell'attività di radiodiffusione e, nei casi più gravi, segnala la situazione al Ministro delle Comunicazioni per la revoca della concessione o dell'autorizzazione. In caso di violazione reiterata l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni può adottare i provvedimenti impeditivi dell'attività di radiodiffusione senza necessità di ulteriore diffida.

Art. 21

Organi ufficiali dei partiti

1. Si considera organo ufficiale di partito o movimento politico il giornale quotidiano o periodico che risulta registrato come tale presso la cancelleria del tribunale ovvero che rechi indicazione in tal senso nella testata ovvero che risulti indicato come tale nello statuto o altro atto ufficiale del partito o del movimento politico. I partiti ed i movimenti politici sono tenuti a fornire con tempestività all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni le indicazioni al riguardo necessarie.

2. Si considera organo ufficiale di partito o di movimento politico l'emittente titolare di testata giornalistica che risulti registrata come organo del partito presso la cancelleria del tribunale ovvero che risulti indicata come tale nello statuto o altro atto ufficiale del partito o del movimento politico. I partiti ed i movimenti politici sono tenuti a fornire con tempestività all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ed al comitato regionale per i servizi radiotelevisivi, territorialmente competente per il luogo ove ha sede l'emittente, le indicazioni al riguardo necessarie.

Art. 22

Rettifiche

1. Al fine di tutelare il preminente interesse alla trasparenza ed alla correttezza della competizione elettorale, i giornali quotidiani e periodici e le emittenti radiotelevisive sono tenuti a provvedere immediatamente alle rettifiche rispettivamente previste dall'art. 8 della legge 2 febbraio 1948, n. 47, e dall'art. 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223.

Art. 23
Pubblicazione

Il presente atto diviene operativo con la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Il Commissario relatore
Giuseppe Sangiorgi

Il Presidente
Enzo Cheli

Il segretario della Commissione
Adriano Soi