



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 52/18/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA
SOCIETÀ MEDIA ONE S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA
AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE “TELE ONE”) PER LA VIOLAZIONE
DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NELL’ART. 38, COMMA 9,
NELL’ART. 37, COMMI 1 E 4, NELL’ART. 36-BIS, COMMA 1, LETT. A) DEL
D. LGS. 31 LUGLIO 2005, N. 177 E NELL’ARTT. 3, COMMA 1, E 5-TER,
COMMI 2 E 4, DELLA DELIBERA N. 538/01/CONS
(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. SICILIA N. 21/2017 - PROC. 02/18/MRM-CRC)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 1 marzo 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*”, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” 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;

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

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*”;

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, ed il relativo Allegato A, recante “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale, preceduto da consultazione pubblica*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 350/12/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. 581/15/CONS;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante “*Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 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. 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. 52/99/CONS, del 28 aprile 1999, recante “*Individuazione degli indirizzi generali relativi ai Comitati regionali per le comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 53/99/CONS, del 28 aprile 1999, recante “*Approvazione del regolamento relativo alla definizione delle materie di competenza dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delegabili ai Comitati regionali per le comunicazioni*”;

VISTO l’Accordo quadro del 4 dicembre 2008 tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative regionali e delle Province autonome di cui alla delibera n. 444/08/CONS, del 29 luglio 2008;

VISTA la legge della Regione Sicilia, n. 02 del 26 marzo 2002, recante “*Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni (CO.RE.COM.)*”;

VISTA la delibera dell’Autorità n. 571/15/CONS, del 16 ottobre 2015, con la quale il Consiglio, in esito all’istruttoria sul possesso dei requisiti da parte del Comitato regionale per le comunicazioni, ha disposto il conferimento della delega di funzioni di cui all’art. 3 dell’accordo quadro 2008 al CO.RE.COM. Sicilia;

VISTA la Convenzione del 4 dicembre 2015 recante “*Delega di funzioni ai Comitati regionali per le comunicazioni*”, che delega al CO.RE.COM. Sicilia l’esercizio della funzione di “*vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell’attività radiotelevisiva locale, inclusa la tutela del pluralismo, mediante il monitoraggio delle trasmissioni dell’emittenza locale secondo le linee guida dettate dall’Autorità e la successiva verifica di conformità alla vigente disciplina in materia di diffusione radiotelevisiva, ed eventuale avvio delle conseguenti istruttorie procedurali*”;

VISTO l’atto di contestazione - cont. n. 21/2017 del Comitato regionale per le comunicazioni Sicilia - adottato in data 28 agosto 2017 e notificato in pari data alla Media One S.r.l., fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale su frequenze televisive terrestri identificato dal marchio “*Tele One*”;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del Comitato regionale per le comunicazioni Sicilia cont. n. 21/2017, è stato contestato in data 28 agosto 2017 e notificato in pari data alla società Media One S.r.l., fornitore del servizio di media in ambito locale su frequenze televisive terrestri identificato dal marchio “Tele One”, la violazione delle disposizioni contenute negli artt. 38, comma 9, 37, commi 1 e 4, 36-bis, comma 1, lett. a), del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177 e negli artt. 3, comma 1, e 5-ter, commi 2 e 4, della delibera n. 538/01/CONS.

Nell’ambito dell’attività di monitoraggio della programmazione e della conformità alla normativa in vigore dell’attività posta in essere dal Ministero dello sviluppo economico, i funzionari dell’Ispettorato territoriale Sicilia, appartenenti alla divisione. XIV si sono recati in data 5 maggio 2017 presso la sede dell’emittente in questione al fine di acquisire la registrazione in formato elettronico della programmazione messa in onda dalle ore 00.00 del giorno 17 aprile 2017 alle ore 24.00 del giorno 23 aprile 2017.

Il suddetto Ispettorato, pertanto, dopo aver acquisito la documentazione di cui sopra ed aver analizzato le registrazioni, ha rilevato che la società in parola ha, in violazione delle succitate norme, trasmesso pubblicità eccedente i limiti consentiti, mandato in onda messaggi pubblicitari senza adeguata segnalazione, ha trasmesso messaggi di pubblicità “occulta” e, durante programmi di cartomanzia, ha fornito pronostici del lotto non formulati sulla base di previsioni elaborate su base razionale di inferenza statistica ma bensì sulla base di previsioni elaborate in forza di criteri di tipo personalistico e predittivi; ed infine, durante i notiziari, ha inserito un numero di pause pubblicitarie superiore al limite consentito. Specificamente, è stato eccepito che:

- il 17 aprile 2017 la pubblicità tabellare è stata pari al 33,14% della programmazione giornaliera, il 18 aprile 2017 la pubblicità tabellare è stata pari al 32,55% della programmazione giornaliera, il 19 aprile 2017 la pubblicità tabellare è stata pari al 30,98% della programmazione giornaliera, il 20 aprile 2017 la pubblicità tabellare è stata pari al 32,34%, il 21 aprile 2017 pari al 33,87%, il 22 aprile 2017 pari al 32,97%, ed il 23 aprile 2017 pari al 40,94%;
- durante tutta la settimana di programmazione monitorata (17-23 aprile 2017) sono stati trasmessi programmi pubblicitari indicati come televendite che, in realtà, non possedevano le caratteristiche proprie dell’offerta diretta. Ad esempio nel corso delle trasmissioni “The new trend”, “Ingromoda”, “Dippiù”, “DiManuele”, “Esigenze” “Coccomobili”, “Magicsan”, “Esamed”, “Ti sollevo”, si assiste alla presentazione in rapida successione di un numero elevato di articoli di abbigliamento o di arredamento, o ancora di articoli per disabili mancanti di indicazioni esatte sul prezzo che non consente di effettuare una scelta precisa dei singoli prodotti, mentre al contempo il conduttore invita, per l’acquisto, a recarsi presso la sede del rispettivo esercizio commerciale (es. ore 10:25 del 17 aprile, ore 13:00 del 18 aprile, ore 18:36 del 19 aprile,



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

ore 10:33 del 20 aprile, ore 19:19 del 21 aprile ed ore 8:09 del 22 aprile), determinandosi così la circostanza che la conclusione del contratto di vendita si sarebbe verificata in un momento diverso e a seguito di separata negoziazione;

- alcuni programmi indicati come “*messaggi promozionali*”, in realtà, non sono inseriti all’interno di autonomi programmi, consistendo piuttosto in pubblicità a favore di esercizi commerciali (es. *spot* per “*MB Auto*” e “*Savoca Armeria*”);
- alcuni *spot* non vengono distinti dal resto della programmazione attraverso l’utilizzo di mezzi di evidente percezione (es. jingle sonori) inseriti all’inizio e alla fine della pubblicità. Gli *spot* presentano solo la dicitura “*pubblicità*” che è, tra l’altro, poco riconoscibile (es. ore 8:04 del 18 aprile, ore 5:54 del 19 aprile, ore 21:00 del 21 aprile, ore 20:06 del 22 aprile e ore 14:34 del 23 aprile);
- durante il programma “*Liberty*” andato in onda il 21, 22 e 23 aprile 2017, rispettivamente alle ore 21:00, 21:03 e 20:50, durante un servizio informativo inerente la medicina estetica, vengono pubblicizzati indirizzo e numero telefonico dello studio medico del medico conduttore del servizio, ravvisandosi, in tal modo un caso di “*pubblicità occulta*”;
- nel corso di alcuni notiziari, inoltre, sono state inserite pause pubblicitarie in numero superiore al consentito (una pausa ogni trenta minuti di trasmissione nei giorni 17 aprile alle ore 7:33, il 18 aprile alle ore 14:30, il 19 aprile alle ore 14:07, il 20 aprile alle ore 7:32 ed il 21 aprile alle ore 2:45);
- infine, durante le trasmissioni di cartomanzia viene costantemente sovrappreso l’indirizzo privato ed il numero di telefono dei conduttori i quali invitano a chiamare anche dopo la trasmissione, ravvisandosi anche in questo caso una forma di pubblicità occulta, mentre al contempo vengono forniti numeri da giocare a lotto ricavati da date di nascita o morte non ottenuti, quindi, da previsioni elaborate su base nazionale di inferenza statistica.

2. Deduzioni della società

La predetta società è stata ritualmente audita il 26 settembre 2017 ed ha presentato in data 10 ottobre 2017 (prot. n. 2771) uno scritto difensivo in cui, sostanzialmente, dichiara che «*in riferimento alle violazioni contestate ex art. 38, comma 9, del d.lgs. n. 177/05 vengono considerati come spot ai fini dell’affollamento pubblicitario tutte le televendite e le telepromozioni (“The new trend”, “Ingromoda”, “Dippiù”, “DiManuele”, “Esigenze”, “Cocomobili”, “Magicsan”, “Esamed”, “Ti sollevo”) che non devono essere computate nel calcolo diretto ad accertare il superamento del limite di affollamento pubblicitario orario [...]. Le trasmissioni “MB Auto” e “Savoca Armeria” devono essere considerate telepromozioni dirette a stimolare mediante il ricorso a toni particolarmente elogiativi la fornitura di una serie di beni*». Inoltre, sostiene la società, «*Tutte le pubblicità trasmesse nel nostro palinsesto sono sempre riconoscibili e distinguibili dal contenuto editoriale dal momento che sono state nettamente distinte dal resto del programma, poiché appare in sovrappressione la scritta pubblicità.[...]* Le



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

trasmissioni di Francesca e Cristian sono state trasmesse negli orari previsti dai regolamenti che regolano la materia e consistono nelle risposte che il sensitivo offre in diretta telefonica ai telespettatori attraverso il consulto delle carte. Il programma “Liberty” è un programma di approfondimento medico ed il medico che parla non fa alcun riferimento alla propria attività, né fa cenno di recarsi presso una specifica struttura».

3. Valutazioni dell’Autorità

Il Comitato regionale per le comunicazioni Sicilia, con relazione del 24 novembre 2017, ha confermato la violazione delle disposizioni contenute negli artt. 38, comma 9, 37, commi 1 e 4, 36-bis, comma 1, *lett. a)*, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177 e negli artt. 3, comma 1, e 5-ter, commi 2 e 4, della delibera n. 538/01/CONS.

La Commissione per i servizi e i prodotti di questa Autorità, nella riunione del 18 gennaio 2018, ha disposto ulteriori approfondimenti istruttori, ai sensi dell’art. 11, comma 1, della delibera n. 410/14/CONS. La richiesta di approfondimenti formulata dall’organo collegiale 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.

Questa Autorità, quindi, ad esito di ogni valutazione istruttoria, accoglie la proposta del CO.RE.COM. Sicilia di sanzionare la predetta società per la violazione delle disposizioni contenute nelle norme sopra richiamate.

Dal riscontro della documentazione versata in atti, si ritiene, infatti, che le argomentazioni addotte a giustificazione dalla società Media One S.r.l. appaiono prive di fondamento.

I programmi “*The new trend*”, “*Ingromoda*”, “*Dippiù*”, “*DiManuele*”, “*Esigenze*”, “*Coccomobili*”, “*Magicsan*”, “*Esamed*”, “*Ti sollevo*”, mandati in onda con la dicitura “*televendita*” mancano dei requisiti previsti dalle relative norme recate dalla delibera n. 538/01/CSP e cioè difettano dei connotati di chiarezza, completezza e accuratezza circa elementi principali quali il prezzo, le garanzie e le modalità della fornitura.

Allo stesso modo i messaggi pubblicitari “*MB Auto*” e “*Savoca Armeria*” non possiedono le caratteristiche proprie della “*telepromozione*”. La telepromozione si presenta, infatti, come una delle tecniche di promozione commerciale finalizzate ad incrementare la notorietà di una determinata azienda mediante la presentazione dei suoi prodotti o servizi, marchi, segni distintivi in genere, ossia come ogni forma di pubblicità nell’esibizione di prodotti, presentazione verbale e visiva di beni o servizi di un produttore di beni o di un fornitore di servizi nell’ambito della trasmissione di un programma televisivo, al fine di promuovere la fornitura, dietro compenso, dei beni o dei servizi presentati o esibiti, ai sensi dell’art. 2, comma 1, *lett. mm)*, del d.lgs. n. 177/05 e dell’art. 1, comma 1, *lett. f)*, della delibera n. 538/01/CSP. Nel corso di una telepromozione, pertanto, in genere un conduttore televisivo, nell’ambito di un programma, manifesta la “*volontà promozionale dell’emittente*” verso il prodotto/servizio pubblicizzato. Nel caso di specie,



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

al contrario, siamo in presenza di veri e propri spazi pubblicitari, condotti, come nel caso di “Savoca Armeria” dal gestore dell’esercizio commerciale.

Quanto alla durata temporale delle televendite e delle telepromozioni che devono ascrivere come *spot* pubblicitari, esse devono essere computate ai fini del tetto del 25% ex art. 38, comma 9, del d.lgs. n. 177 del 2005.

Alcuni *spot* oggetto di contestazione, inoltre, non vengono distinti dal resto della programmazione attraverso l’utilizzo di mezzi di evidente percezione inseriti all’inizio e alla fine della pubblicità, così come prevede l’art. 37, comma 1, del d.lgs. n. 177 del 2005, dal momento che la dicitura “*pubblicità*” viene sovrimpressa sullo schermo solo all’inizio dello *spot* e, a volte, è totalmente illeggibile.

Per ciò che concerne, ancora l’inosservanza delle norme in tema di pubblicità occulta, (art. 36-bis, comma 1, lett. a), del decreto legislativo n. 177/05), si osserva che durante il programma “*Liberty*” sono stati inseriti, in sovrimpressione, durante le informazioni mediche, i numeri telefonici e l’indirizzo dello studio privato del medico specialista conduttore del servizio. Conseguentemente, questa Autorità ravvisa il carattere pubblicitario del messaggio, e la non riconoscibilità e non distinguibilità dello stesso dal contenuto editoriale. Costante giurisprudenza, infatti, (cfr. TAR Lazio sez. III, 17 gennaio 2007, n. 308) considera “*comunicazione commerciale occulta ai sensi dell’art. 2, lett. gg), e 36-bis, comma 1, lett. a), del d.lgs. n. 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 inquadrate indugi 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*”.

Per quanto riguarda, infine, i programmi televisivi di cartomanzia di “*Francesca e Cristian*” (andate in onda ad es. alle ore 23:10 del 18 aprile) è da dire che questi non presentano specifiche misure finalizzate a contrastare ogni forma di sfruttamento della superstizione e della credulità dei cittadini, a tutela, in particolare, delle persone più vulnerabili psicologicamente, adottate al fine di garantire un più elevato livello di tutela del consumatore-utente; riguardo a quest’ultimo aspetto, infatti, i pronostici concernenti il gioco del lotto sono stati realizzati non in via esclusiva mediante previsioni elaborate su base razionale di inferenza statistica, ossia mediante la prospettazione del conseguimento di risultati positivi ricorrendo al criterio probabilistico, ma su previsioni elaborate in forza di criteri di tipo personalistico e predittivo (data di nascita o morte);

CONSIDERATO che l’art. 2, comma 1, lett. gg), del decreto legislativo n. 177/05, stabilisce che si intende “*comunicazione commerciale audiovisiva occulta, la presentazione orale o visiva di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un programma, qualora tale presentazione sia fatta dal fornitore di servizi di media per perseguire scopi pubblicitari e possa ingannare il pubblico circa la sua natura. Tale presentazione si considera intenzionale, in particolare, quando è fatta dietro pagamento o altro compenso*”;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

CONSIDERATO che l'art. 38, comma 9, del decreto legislativo n. 177/05, stabilisce che *“la trasmissione di messaggi pubblicitari televisivi da parte delle emittenti, anche analogiche, operanti in ambito locale non può eccedere il 25 per cento di ogni ora e di ogni giorno di programmazione. Un'eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva”*;

CONSIDERATO che i commi 1 e 4 dell'art. 37 del decreto legislativo n. 177/05, stabiliscono 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 ovvero acustici o spaziali”*, e che *“La trasmissione di notiziari televisivi, lungometraggi cinematografici, film prodotti per la televisione, ad esclusione di serie, seriali, romanzi a puntate e documentari, può essere interrotta da pubblicità televisiva ovvero televendite soltanto una volta per ogni periodo programmato di almeno trenta minuti”*;

CONSIDERATO all'art. 36-bis, comma 1, lett. a), del decreto legislativo n. 177/05 prevede che: *“le comunicazioni commerciali audiovisive sono prontamente riconoscibili come tali; sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte”*;

CONSIDERATO che il comma 1 dell'art 3, della delibera n. 538/01/CSP recita così: *“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, ottici nei programmi televisivi, o acustici nei programmi radiofonici, inseriti all'inizio e alla fine della pubblicità e della televendita”*;

CONSIDERATO che l'art. 3, commi 1 e 5-ter della delibera n. 538/01/CSP stabiliscono che *“nel corso delle trasmissioni di televendita relative a beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e altri giochi simili è vietato mostrare in sovrapposizione o comunque indurre ad utilizzare numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione specifica, o numerazioni telefoniche che, a loro volta, inducano all'utilizzazione di numerazioni per servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione specifica”*;

RITENUTA la sussistenza dei presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1.033,00 (milletrentatre/00) a euro 25.823,00 (venticinquemilaottocentoventitre/00), ai sensi dell'art. 51, commi 2, lett. a), e 5, del decreto legislativo n. 177/05;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per le violazioni contestate nella misura corrispondente al doppio del minimo edittale della sanzione pari ad euro 2.066,00 (duemilasessantasei/00) al netto di ogni altro onere



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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

4. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di entità media, in considerazione della rilevazione di non isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali comunque da comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori.

5. Opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione

La società non ha dimostrato di aver posto adeguate azioni ai fini dell'eliminazione o dell'attenuazione delle conseguenze dannose.

6. Personalità dell'agente

La società, titolare di autorizzazione alla diffusione televisiva in ambito locale, non ha dimostrato, di fatto, di essere supportata da strutture interne adeguate allo svolgimento delle proprie attività nel pieno rispetto del quadro normativo vigente.

7. Condizioni economiche dell'agente

In considerazione della situazione economica della società in esame che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio 2016 in perdita (fonte: Infocamere), si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile nella misura come sopra indicata;

CONSIDERATO, infatti, che la programmazione dei contenuti trasmessi nelle sette giornate oggetto di monitoraggio risulta diversificata e, dunque, certamente integrativa di distinte violazioni, 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 l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni contestate con atto n. cont. n. 021/2017-proc.02/18/MRM-CRC nella misura corrispondente al doppio del minimo edittale previsto per la singola violazione pari ad euro 2.066,00 (duemilasessantasei/00), moltiplicata per sette, pari al numero dei giorni in cui sono state commesse le violazioni, secondo il principio del cumulo materiale delle sanzioni e, quindi, pari ad euro 14.462.00 (quattordicimilaquattrocentosessantadue);

VISTI gli atti del procedimento;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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

ORDINA

alla società Media One S.r.l., con sede legale in Bagheria (PA), piazza Vittorio Emanuele, n. 33, P.IVA. 04882900824, fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale "Tele One", di pagare la sanzione amministrativa di euro 14.462.00 (quattordicimilaquattrocentosessantadue) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto per la violazione disposizioni contenute nell'art. 38, comma 9, negli artt. 37, commi 1 e 4, 36-bis, comma 1, *lett. a*), del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177 e negli artt. 3, comma 1, e 5-ter, commi 2 e 4, della delibera n. 538/01/CONS;

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. 52/18/CSP", entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell'art. 27 della 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. 52/18/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, 1 marzo 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonio Martusciello

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