

DELIBERA N. 53/12/CSP

ORDINANZA INGIUNZIONE

**ALLA SOCIETÀ 7 GOLD UNIPERSONALE S.R.L., ESERCENTE
L'EMITTENTE TELEVISIVA LOCALE 7 GOLD PER LA VIOLAZIONE
DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE NELL'ART. 5 TER, COMMI 1 E 3,
DELIBERA N. 538/01/CSP E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI**

L'AUTORITA'

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 29 marzo 2012;

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"*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 177 del 31 luglio 1997, supplemento ordinario n. 154/L;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, pubblicata nel supplemento ordinario alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 30 novembre 1981, n. 329;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, pubblicato nel supplemento ordinario n. 150 della Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana - serie generale - del 7 settembre 2005, n. 208 e successive modifiche ed integrazioni;

VISTA la delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, recante *"Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite"*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 183 dell' 8 agosto 2001 e successive modificazioni e integrazioni;

VISTA la delibera n. 136/06/CONS, recante *"Regolamento in materia di procedure sanzionatorie"*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 31 marzo 2006, n. 76 e successive modificazioni ed integrazioni;

VISTA la delibera n. 52/99/CONS recante *"Individuazione degli indirizzi generali relativi ai Comitati Regionali per le Comunicazioni"*;

VISTA la delibera n. 53/99/CONS 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"* e successive integrazioni;

VISTA la delibera n. 444/08/CONS recante “*Approvazione accordo quadro tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome*”;

VISTA la legge regionale del 3 agosto 2001, n° 19 recante “*Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 632/07/CONS del 12 dicembre 2007 recante “*Approvazione delle linee guida relative all’attribuzione delle deleghe in materia di monitoraggio dell’emittenza radiotelevisiva locale*”;

VISTO l’Accordo quadro del 25 giugno 2003 e successive modifiche tra l’Autorità, la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell’Assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome;

RILEVATO che il Comitato Regionale per le Comunicazioni Lazio, nel corso dell’attività di monitoraggio esercitata d’ufficio, ha accertato, in data 08 agosto 2011, la violazione del disposto contenuto nell’art. 5 ter, commi 1 e 3, delibera n. 538/01/CSP da parte della società 7 Gold Unipersonale S.r.l. esercente l’emittente televisiva operante in ambito locale 7 Gold nel corso della programmazione televisiva diffusa in data 13 e 15 gennaio 2011;

VISTO l’atto del Comitato Regionale per le Comunicazioni Lazio datato 1° settembre 2011 e notificato in data 6 settembre 2011 alla società sopra menzionata che contesta la violazione del disposto contenuto nell’art. 5 ter, commi 1 e 3, delibera n. 538/01/CSP, in quanto nel corso della programmazione televisiva diffusa sull’emittente televisiva locale 7 Gold il giorno 13 gennaio 2011 dalle ore 20:00:51 alle ore 20:28:55 circa e il giorno 15 gennaio 2011 dalle ore 14:35:03 alle ore 15:30:07 circa sono state trasmesse televendite, “*Casalotto*” e “*Pomeriggio Casalotto*”, di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto con la presenza in sovrapposizione sullo schermo televisivo di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo (895095, 899453370 e 892001);

RILEVATO che la parte, con la memoria difensiva datata 21 novembre 2011, ha eccepito quanto segue. I programmi televisivi “*Casalotto*” e “*Il pomeriggio con Casalotto*” non possono essere qualificati come televendite; tra l’altro, il Corecom Lombardia, nel valutare messaggi promozionali trasmessi nel corso del programma televisivo Casalotto del tutto analoghi a quelli contestati dal Comitato Regionale per le Comunicazioni Lazio, ha disposto, con decisione del 30 giugno 2011, l’archiviazione di un procedimento sanzionatorio. ritenendo che le “*trasmissioni in questione non presentano tutte le caratteristiche per essere inequivocabilmente classificate come televendite e quindi non concretano violazione delle relative disposizioni*”. Di conseguenza la struttura e il contesto in cui sono trasmessi i messaggi in questione porta necessariamente a qualificare gli stessi come telepromozioni. “*Dal dettato letterale delle citate norme emerge infatti prima facie come uno dei principali elementi che*

distingue la fattispecie della televendita dalla telepromozione è proprio il fatto che quest'ultima, a differenza della prima, si inserisce necessariamente nell'ambito di una trasmissione. Ebbene, essendo i messaggi contestati innegabilmente inseriti nell'ambito dei programmi televisivi "Casalotto" e "Il pomeriggio con Casalotto", se ne deve concludere che gli stessi debbono qualificarsi, anche per ciò solo, come messaggi promozionali e specificamente come telepromozione." Il programma televisivo "Casalotto" non è classificabile come televendita per insussistenza del requisito della "offerta al pubblico". "Autorevole dottrina ha affermato che la stessa – televendita - costituisce una "offerta commerciale rivolta al pubblico attraverso il mezzo radiotelevisivo ai fini della conclusione di un contratto di scambio, configurandosi in tal senso come una "offerta al pubblico di cui all'art. 1336 c.c., attraverso la quale il promittente (o l'emittente radiotelevisiva in sua rappresentanza) enuncia gli elementi essenziali del negozio a cui tende (esatta identificazione del prodotto o servizio, prezzo, ecc.) e manifesti la volontà di vincolarsi a darvi esecuzione nei confronti di quanti, fra il pubblico, dichiareranno di accettarla, così perfezionando il contratto di scambio". In ciò, dunque, la televendita "si differenzia dalle forme classiche dell'advertising, per essere non già un mero invito a formulare una richiesta d'acquisto solo preparatoria di un contratto, bensì una proposta in incertam personam veicolata attraverso la televisione o la radio". La dottrina ritiene dunque che la televendita configuri un'offerta al pubblico ai sensi dell'art. 1336 c.c. e in quanto tale, determini la conclusione del contratto a seguito della mera accettazione da parte del telespettatore. Pare chiaro, anche alla luce della qualificazione della televendita effettuata dalla citata dottrina, che i messaggi promozionali in questione non costituiscono una forma di televendita. Tali messaggi, infatti, non possono essere considerati in alcun modo come offerta al pubblico poiché manca uno dei requisiti indispensabili di tale fattispecie, consistente nella formulazione di una proposta contrattuale atta a consentire al consumatore di aderirvi attraverso la mera accettazione. Ed infatti, non sussiste nel caso di specie il requisito della mera accettazione del servizio da parte dello spettatore mediante la telefonata alle numerazioni pubblicizzate. Tale telefonata si svolge infatti come segue: - un messaggio introduttivo gratuito informa l'utente in merito al carattere sociale informativo dei servizi forniti attraverso le numerazioni in oggetto; alla riserva del servizio in favore dei maggiorenni e al costo della chiamata; - si specifica successivamente che, soltanto restando in linea e selezionando il servizio di interesse tra quelli che vengono espressamente indicati mediante associazione ad uno specifico tasto, il chiamante presta il proprio consenso rispetto all'accesso al servizio; - soltanto a seguito della selezione e della digitazione dello specifico tasto, il chiamante presta dunque il proprio consenso rispetto alla fornitura del servizio e accede al relativo contenuto che, preme evidenziare, è di natura "passiva" (in altre parole, si tratta di messaggi pre-registrati che non implicano l'intervento dal vivo dell'operatore); - la tassazione della chiamata è pertanto avviata soltanto a seguito della selezione e della digitazione del tasto corrispondente al servizio richiesto. E' evidente, quindi, che la telefonata dell'utente non può qualificarsi quale accettazione di una proposta contrattuale formulata attraverso la televendita, trattandosi al contrario di una fattispecie complessa nella quale il telespettatore, al fine di avvalersi del servizio in

questione, è chiamato sia ad effettuare una precisa attività di selezione, sia a prestare il proprio consenso a seguito di una offerta che viene formulata soltanto nella telefonata e non nei messaggi in questione. In considerazione di ciò, tali messaggi non possono configurarsi come offerta al pubblico a cui segue una accettazione. bensì come un invito a proporre: la vera e propria proposta contrattuale da parte della società erogante il servizio viene infatti formulata solo successivamente nel corso della telefonata e accettata dal cliente solo mediante la selezione e la digitazione del tasto corrispondente al servizio di interesse. A dimostrazione di ciò, si ricorda che la tariffazione a carico del cliente è avviata soltanto a seguito della scelta del servizio di interesse (servizio che, nel caso in esame, configura — lo si ripete — un servizio di natura passiva) della prestazione del relativo consenso (mediante la digitazione del tasto corrispondente). Diversamente, la qualificazione della fattispecie alla stregua di una televendita presupporrebbe: - che a seguito della chiamata il cliente ottenga immediatamente l'informazione richiesta, senza dover fornire alcun consenso e operare alcuna scelta in merito al servizio desiderato; - che la tariffazione venga avviata al momento stesso del collegamento telefonico. A conferma di tutto quanto sopra, si cita (tra gli altri) l'orientamento espresso da Aldo Ceccherini, il quale ha affrontato proprio il tema della qualifica della comunicazione di un numero telefonico per servizi in audiotex come televendita piuttosto che come pubblicità, giungendo ad affermare che "le televendite sono, propriamente, contratti stipulati a distanza, con l'utilizzazione di strumenti telematici, ai quali, infatti, si applicano le disposizioni dell'art. 9 d. lgs. 15 gennaio 1992, n. 50 e le altre ivi richiamate: in esse, la trasmissione in video ha funzione di offerta al pubblico, ciò che non può dirsi nel caso di presentazione di prodotti e di aziende con l'indicazione del numero telefonico audiotex, giacché in questo caso la formazione del contratto si svolge interamente su un canale telematico diverso da quello della trasmissione televisiva, la cui funzione è limitata alla promozione, ed è dunque tipicamente pubblicitaria" (A. Ceccherini, Pubblicità Televisiva, televendite e audiotex, Giust. Civ. 2002, 10, 2492). Tale principio è stato affermato anche dalla Suprema Corte nella decisione n. 15747 del 13 dicembre 2001, commento della quale l'Autore appena citato ha espressamente condiviso quanto dichiarato dalla Corte di Cassazione. Né le predette considerazioni possono essere smentite dalla circostanza per cui i messaggi in questione paiono contenere tutti gli elementi essenziali del servizio pubblicizzato. A tale riguardo, è sufficiente ricordare che la normativa in materia di servizi a sovrapprezzo (art. 5 all'Allegato A alla delibera 26/08/CIR e art. 23, comma 3, del DM 145/2006) impone di indicare nei messaggi promozionali gli elementi del servizio tra cui, evidentemente, il prezzo del medesimo". Il programma televisivo "Casalotto", non è classificabile come televendita per carenza del requisito di durata. "La direttiva 97/36/CE ha stabilito (modificando il regime previgente) che le trasmissioni di televendita debbano avere una durata minima ininterrotta di 15 minuti. La medesima previsione è stata tra l'altro recepita: - in primo luogo dalla delibera 538/01/CSP che, all'art. 5 bis, comma 5, ha previsto che "ogni finestra di programmazione destinata alla televendita trasmessa dalle emittenti e dai fornitori di contenuti in ambito nazionale attraverso canali non esclusivamente dedicati alla televendita deve avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti"; - più

recentemente dal citato Decreto Romani. Tale durata è evidentemente funzionale (tra l'altro) ad una completa e dettagliata informazione in merito ai principali elementi del bene o servizio oggetto di vendita. Nel caso che ci occupa, i messaggi promozionali diffusi all'interno della trasmissione hanno una durata ben inferiore a 15 minuti e, comunque, non superiore a 2 minuti e 40 secondi per ciascun messaggio promozionale. Conseguentemente, anche l'ulteriore requisito richiesto ai fini della qualificazione della televendita manca del tutto nel caso di specie. Peraltro, ad ulteriore conferma di quanto sopra argomentato, si rileva che la non configurabilità dei messaggi in questione come televendite incide altresì sulla necessità di computare gli stessi (come correttamente fa l'Emittente) ai fini del raggiungimento dei limiti normativamente previsti in relazione all'affollamento pubblicitario; necessità che, al contrario, sarebbe esclusa qualora si trattasse di televendite”;“esclusa l'applicabilità della citata norma ai messaggi in oggetto, pienamente legittima è la visualizzazione nell'ambito degli stessi delle numerazioni a sovrapprezzo, oggetto della pubblicità stessa nonché la relativa messa in onda nella fascia temporale tra le 7:00 e le 23:00. Con riferimento a quest'ultimo profilo, si evidenzia (per quanto occorrer possa) che i messaggi promozionali in questione..... non essendo tali trasmissioni in onda nella fascia oraria compresa tra le ore 16.00 e le ore 19.00 i messaggi promozionali in questione sono altresì da ritenersi in conformità al “Codice di Autoregolamentazione Tv e minori” (e, specificamente, l'art. 4.4 del predetto Codice)..... I divieti di cui all'art. 5 ter della delibera 538/01/CSP non troverebbero applicazione con riferimento alla fattispecie in esame neppure nella denegata ipotesi in cui la stessa dovesse qualificarsi come televendita. Come detto, tale norma vieta infatti: (i) l'esposizione in sovrapposizione di una numerazione per servizi a sovrapprezzo nel corso di 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” (comma 1); (ii) la trasmissione delle televendite di cui al punto (i) nelle fasce orarie tra le ore 7:00 e le ore 23:00 (comma 3). E' pertanto evidente, sulla base del dettato letterale stesso di tale norma, che i divieti ivi previsti si riferiscono esclusivamente alle trasmissioni di televendite relative (tra l'altro) a pronostici concernenti il gioco del lotto. I servizi forniti attraverso le numerazioni pubblicizzate non sono tuttavia qualificabili come pronostici: si tratta infatti di previsioni elaborate in via esclusiva su base di inferenza statistica e non invece di dati risultanti da attività di tipo predittivo o da interpretazioni di tipo personalistico, Tale specifica natura è espressamente dichiarata sia durante la trasmissione, sia nel corso della chiamata alle numerazioni in questione. Pertanto, le esigenze di tutela dei consumatori, a presidio delle quali sono stati imposti i divieti di cui all'art. 5 ter della delibera sopra citata, non sussistono nel caso di specie posto che, trattandosi di informazioni di natura statistica, i messaggi non sarebbero in ogni caso idonei a sfruttare la superstizione o la credulità del pubblico”;

RILEVATO che il Comitato Regionale per le Comunicazioni Lazio ha proposto a questa Autorità, in data 24 ottobre 2011, - delibera n. 22/2011/MRTV - l'irrogazione nei

confronti della predetta società di una sanzione amministrativa pecuniaria pari ad euro 2.066,00;

RILEVATO che la Commissione per i servizi e i prodotti di questa Autorità ha disposto, ai sensi dell'art. 10, comma 3 della delibera n. 136/06/CONS e successive modifiche ed integrazioni, nella riunione del 25 gennaio 2012, la proroga del presente procedimento sanzionatorio, considerata la necessità di effettuare i dovuti approfondimenti in merito alla corretta impostazione della questione concernente il trattamento sanzionatorio da adottare eventualmente con ordinanza ingiunzione, avuto particolare riguardo al meccanismo del cumulo delle sanzioni;

RITENUTO che a conclusione degli approfondimenti istruttori nell'ipotesi, come nel caso di specie, di violazione di più norme con una sola azione, si configura il c.d. concorso formale di illeciti e, quindi, trova applicazione, ai fini del trattamento sanzionatorio, il criterio del cumulo giuridico delle sanzioni;

RITENUTO che quanto eccepito dalla società 7 Gold Unipersonale S.r.l. con la memoria difensiva sopra riportata non possa trovare accoglimento, in quanto gli inviti a chiamare in diretta le numerazioni mostrate in sovrapposizione al fine di acquistare i pronostici elaborati dagli esperti configurano i programmi televisivi contestati come televendite, contenendo già tutti gli elementi sufficienti ad individuare un'offerta al pubblico che, a norma dell'art. 1336 c.c., vale come proposta quando contiene gli estremi essenziali del contratto alla cui conclusione è diretta. Tali inviti, infatti, indicano la causa (la compravendita del servizio), l'oggetto (il pronostico del lotto e relativo prezzo) e la forma (la digitazione dei numeri sulla tastiera telefonica) del contratto stipulando, sicché all'utente non resta che manifestare la sua accettazione della proposta contrattuale così formulata per aversi l'accordo delle parti. Il fatto che l'informazione relativa al gioco del lotto venga ottenuta dopo aver digitato i tasti per la selezione del servizio è proprio la conferma del fatto che è sufficiente la selezione numerica per giungere al perfezionamento del contratto, a fronte della permanenza dell'offerta da parte dell'operatore che ai sensi del medesimo art. 1336 c.c., permane fino ad eventuale revoca della proposta. Né vale a mutarne la natura la circostanza per cui la tariffazione specifica non venga avviata al momento stesso del collegamento telefonico, in quanto discende dagli obblighi posti dalla normativa in materia di servizi a sovrapprezzo il fatto che il servizio possa partire solo dopo che l'utente sia stato correttamente informato in merito alla tariffazione specifica del servizio stesso; inoltre, l'interazione tra l'utente-telespettatore e il sistema che provvede a condurre il richiedente alla ricerca dell'argomento desiderato attraverso guide opportune può avvenire anche senza la presenza di operatori con conversazioni dal vivo (ad es. tramite computer). La durata minima delle televendite non può essere considerata un criterio idoneo ad inquadrare i messaggi in questione in una fattispecie giuridica, essendo essa volta a regolamentarla e non a qualificarla come tale; peraltro, la norma di cui all'art. 5-bis, comma 5, della delibera n. 538/01/CONS non è applicabile al caso in esame, in quanto disciplina il comportamento delle emittenti e dei fornitori di contenuti in ambito nazionale e non

delle emittenti che operano in ambito locale; inoltre, pubblicizzare pronostici realizzati su previsioni elaborate sulla base di criteri di tipo personalistico e predittivo rileva solo ai fini dell'applicazione del comma 2 del citato articolo 5 ter; nel caso di specie, è stata contestata all'emittente televisiva locale 7 Gold la trasmissione di programmi televisivi di televendita di pronostici concernenti il gioco del lotto, ai sensi del comma 1 dell'art. 5 ter, in quanto diffuso in fascia oraria non consentita e con l'inserimento in sovrapposizione sullo schermo di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo a tariffazione specifica; tra l'altro, pur ammettendo l'avvenuta trasmissione di una televendita di pronostici concernenti il gioco del lotto realizzati in via esclusiva mediante previsioni elaborate su base razionale di inferenza statistica, ossia la prospettazione del conseguimento di risultati positivi mediante il ricorso al criterio probabilistico, tuttavia il programma televisivo contestato rientra nella previsione di cui al citato comma 1, in quanto l'espressione "*servizi relativi a pronostici*" non può essere intesa come riferita esclusivamente ai pronostici realizzati su previsioni elaborate sulla base di criteri di tipo personalistico e predittivo. Quanto, infine, alla circostanza che il Corecom Lombardia, nel valutare messaggi promozionali trasmessi nel corso del programma televisivo Casalotto del tutto analoghi a quelli contestati dal Comitato Regionale per le Comunicazioni Lazio, avesse disposto, con decisione del 30 giugno 2011, l'archiviazione di un procedimento sanzionatorio, si fa presente che lo stesso Comitato Regionale per le Comunicazioni Lombardia, nella riunione del 9 settembre 2011, con la deliberazione n. 38, nel proporre a questa Autorità "*la prosecuzione del procedimento sanzionatorio in questione*" avente ad oggetto la trasmissione del programma televisivo Casalotto, ha sostenuto che "*per quanto riguarda la qualificabilità del programma in questione come "televendita" respinta dall'emittente....., per l'offerta di consultazioni relativi al lotto che vengono dispensati (anche in costanza di trasmissione) a beneficio dei telespettatori che compongono le numerazioni telefoniche indicate (a tariffa maggiorata), con la presenza in trasmissione di ripetuti inviti a comporre le predette numerazioni, è da ritenere che siano ravvisabili gli estremi della televendita, che, per gli orari in cui i programmi sono trasmessi e le modalità praticate (sovrapprezzo delle telefonate; possibilità di contatti vocali), integrano l'ipotesi di violazione contestata.....*" e che "*per quanto riguarda l'archiviazione disposta in precedenza da parte del Corecom in ordine al medesimo programma essa non può essere invocata come decisiva sia perché trattasi di procedimento del tutto distinto e risalente all'anno scorso, sia perché è ben possibile che lo stesso organo, in base ad una istruttoria più accurata, pervenga a conclusioni diverse rispetto al passato*";

RILEVATO che la proposta del predetto Comitato risulta meritevole di accoglimento, in quanto l'emittente televisiva locale 7 Gold, nel corso della programmazione televisiva diffusa in data 13 e 15 gennaio 2011, ha trasmesso televendite di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto con la presenza in sovrapposizione sullo schermo televisivo di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo (895095, 899453370 e 892001);

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 5-ter, comma 1 della succitata delibera n. 538/01/CSP e successive modificazioni e integrazioni, nel corso della trasmissione dei programmi televendita di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto “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”;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 5-ter, comma 3 della succitata delibera n. 538/01/CSP e successive modificazioni e integrazioni, “le trasmissioni di cui al comma 1 non possono essere trasmesse nelle fasce orarie tra le ore 7:00 e le ore 23:00”;

RITENUTO che, pertanto, si riscontra da parte della società 7 Gold Unipersonale S.r.l. esercente l'emittente televisiva operante in ambito locale 7 Gold la trasmissione di programmi di televendita in violazione del disposto contenuto nell'art. 5 ter, commi 1 e 3, delibera n. 538/01/CSP in data 13 e 15 gennaio 2011;

RITENUTA, pertanto, la sussistenza dei presupposti per l'applicazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da euro 1033,00 (milletrentatre/00) a euro 25.823,00 (venticinquemilaottocentoventitre/00), ai sensi dell'art. 51, comma 2, lett. a) e 5 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177;

RITENUTO di dover determinare la sanzione per i fatti contestati nella misura pari al minimo edittale di euro 1033,00 (milletrentatre/00), al netto di ogni altro onere accessorio, eventualmente dovuto, in relazione ai criteri di cui all'articolo 11 della legge 689/81, in quanto:

- con riferimento *alla gravità della violazione*:

la gravità del comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi media, tenuto conto delle circostanze della violazione delle disposizioni contenute nell'art. 5 ter, commi 1 e 3 citato - trasmissione di un programma di televendita di servizi di pronostici concernenti il gioco del lotto in fascia oraria non consentita che mostra in sovrapposizione sullo schermo numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo - poste a tutela, in particolare, delle persone più vulnerabili psicologicamente;

- con riferimento *all'opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione*:

la società non ha posto in essere un adeguato comportamento in tal senso;

- con riferimento *alla personalità dell'agente*:

la società, per natura e funzioni svolte, si presume supportata da strutture interne adeguate allo svolgimento delle proprie attività nel pieno rispetto del quadro normativo e regolamentare vigente;

- con riferimento *alle condizioni economiche dell'agente*:

le stesse si presumono tali da consentire l'applicazione della sanzione pecuniaria come sopra determinata;

RITENUTO in applicazione della previsione dell'art. 8, della legge 24 novembre 1981, n. 689, che alla violazione con la medesima azione delle disposizioni di cui all'art. 5 ter, commi 1 e 3, delibera n. 538/01/CSP di dover determinare la sanzione nella misura di euro 1.549,50 (millecinquecentoquarantanove/50) corrispondente ad una volta e mezzo il minimo edittale, pari a euro 1033,00 (milletrentatre/00) secondo il principio del cumulo giuridico;

VISTO l'art. 5 ter, commi 1 e 3 della delibera n. 538/01/CSP;

VISTO l'art. 51, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177;

VISTA la proposta formulata dalla Direzione Servizi Media;

UDITA la relazione dei Commissari Michele Lauria e Antonio Martusciello relatori, ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell' Autorità;

ORDINA

alla società 7 Gold Unipersonale S.r.l. esercente l'emittente televisiva operante in ambito locale 7 Gold con sede in Roma, alla via Tiburtina n. 912 – 00156 di pagare la sanzione amministrativa di euro 1.549,50 (millecinquecentoquarantanove/50), al netto di ogni altro onere accessorio, eventualmente dovuto

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.53/12/CSP*”, entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell’articolo 27 della citata legge n. 689/81.

Entro il termine di dieci giorni dal versamento, dovrà essere inviata in originale, o in copia autenticata, a quest’Autorità quietanza dell’avvenuto versamento, indicando come riferimento “*Delibera n. 53/12/CSP*”.

Ai sensi dell’articolo 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249, i ricorsi avverso i provvedimenti dell’Autorità rientrano nella giurisdizione esclusiva del Giudice Amministrativo.

Ai sensi degli articoli 29 e 119, comma 1, lett. b) e comma 2, d.lgs. 2 luglio 2010, n. 104, il termine per ricorrere avverso il presente provvedimento è di sessanta giorni dalla notifica del medesimo.

La competenza di primo grado, ai sensi degli articoli 133, comma 1, lett. l) e 135, comma 1, lett. c) d.lgs. 2 luglio 2010, n. 104, è attribuita in via esclusiva ed inderogabile al Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio.

La presente delibera è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 29 marzo 2012

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Michele Lauria

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonio Martusciello

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Viola