



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 90/18/CSP

**ARCHIVIAZIONE DEL PROCEDIMENTO SANZIONATORIO AVVIATO
NEI CONFRONTI DEL COMUNE DI MILANO (C.F. 01199250158) PER LA
PRESUNTA VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI CONTENUTE
NELL'ARTICOLO 41 DEL TESTO UNICO DEI SERVIZI DI MEDIA
AUDIOVISIVI E RADIOFONICI (DECRETO LEGISLATIVO 31 LUGLIO
2005, N. 177 E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI)**

(CONTESTAZIONE N. 13/17/SIR)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 24 aprile 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 dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” (di seguito denominato *Tusmar*) ed, in particolare, l’articolo 41;

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 direttiva del 28 settembre 2009 del Presidente del Consiglio dei Ministri sugli “*Indirizzi interpretativi in materia di destinazione delle spese per l’acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell’articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*” (di seguito denominata *Direttiva sugli indirizzi interpretativi*);



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 405/17/CONS e, in particolare, l’art. 20 che conferisce al Servizio ispettivo, registro e CO.RE.COM. le funzioni di regolamentazione, di vigilanza, anche attraverso i CO.RE.COM, e sanzionatorie in materia di pubblicità delle amministrazioni pubbliche e degli enti pubblici di cui all’art. 41 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici;

VISTA la delibera n. 4/16/CONS, del 14 gennaio 2016, recante “Nuove modalità per la comunicazione all’Autorità delle spese pubblicitarie delle AA.PP. e degli enti pubblici di cui all’art. 41, comma 1, del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177. Approvazione di un nuovo modello telematico e differimento del termine di presentazione delle comunicazioni”;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, recante adozione del «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”», e, in particolare, l’Allegato A, recante “Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni”, come modificato dalla delibera n. 529/14/CONS del 13 ottobre 2014 e, da ultimo, dalla delibera n. 581/15/CONS del 16 ottobre 2015, recante “Modifiche al Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni”;

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”;

VISTI gli esiti del monitoraggio d’ufficio sulle comunicazioni delle spese pubblicitarie per fini istituzionali da parte delle amministrazioni pubbliche ed enti pubblici anche economici;

VISTI gli esiti del monitoraggio d’ufficio sulle comunicazioni delle spese pubblicitarie da parte delle amministrazioni pubbliche;

VISTO l’atto di contestazione n. 13/17/SIR datato 22 dicembre 2017 e notificato al Comune di Milano in pari data (prot. AGCOM n. 0089435);

VISTI gli atti del procedimento complessivamente acquisiti ed in particolare le note trasmesse dal Comune di Milano in data 19/01/2018 (prot. AGCOM n. 0004310) e in data 22/01/2018 (prot. AGCOM n. 0004750) e le note integrative inviate su richiesta del responsabile del procedimento in data 02/03/2018 (prot. AGCOM n. 0015077) e in data 30/03/2018 (prot. AGCOM n. 0026958);



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

CONSIDERATO quanto segue:

1.Fatto e contestazione.

Con atto del Servizio ispettivo, registro e CORECOM, n. 13/17/SIR del 22/12/2017, notificato a mezzo PEC il 22/12/2017 (prot. AGCOM n. 0089435), questa Autorità, nell'ambito dell'attività di monitoraggio e vigilanza sulle Amministrazioni pubbliche e sugli Enti pubblici anche economici, dopo aver effettuato un'accurata attività preistruttoria, al fine di verificare il rispetto della disciplina ex art. 41 *Tusmar* da parte della suddetta Amministrazione, ha contestato al Comune di Milano (di seguito denominato COMUNE) C.F. 01199250158, avente sede a Milano, Piazza della Scala, n. 2, la presunta violazione delle disposizioni contenute nell'articolo 41, comma 1, del *Tusmar*.

Dall'esame della comunicazione trasmessa all'Autorità dal COMUNE in data 8 settembre 2017 (prot. AGCOM n. 0061874), relativamente alle spese per pubblicità istituzionale, sostenute, specificamente, dalla "Direzione cultura" e riferite all'esercizio finanziario 2016, invero, è emerso che il suindicato Ente ha destinato all'emittenza privata televisiva e radiofonica locale quote inferiori alla percentuale normativamente prevista, e precisamente: nel 2016 risulta destinata all'emittenza privata televisiva e radiofonica locale la somma di euro: 0,00, pari allo 0,00 % del totale delle spese pubblicitarie (euro: 9.175,19). Mentre, la suddetta Amministrazione ha destinato a quotidiani e periodici la somma di euro: 9.175,19, pari al 100% delle spese sostenute a fini di pubblicità istituzionale nel predetto anno di riferimento.

Il COMUNE, dunque, avrebbe violato l'articolo 41, comma 1, del *Tusmar* ove prevede che le somme che le amministrazioni pubbliche *"destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea (...)".*

2. Deduzioni del Comune di Milano e approfondimenti istruttori.

Con nota del 19 gennaio 2018 (prot. AGCOM n. 0004310), la suindicata Amministrazione ha fatto presente che: *"la comunicazione del Comune di Milano prot. n. 61874 dell'8 settembre 2017, per un valore di Euro 9.175,19 (allegato 1), a cui si riferisce la contestazione in oggetto, deve essere valutata, al fine dell'applicazione dell'art. 41, primo comma del D. lgs. n. 177/2005, congiuntamente all'analogo comunicazione del Comune di Milano, prot. n. 61874 dell'8 settembre 2017, per un valore complessivo di Euro 77.420,84, di cui Euro 13.469,84 per spese destinate all'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale".*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Nella summenzionata nota si evidenzia, altresì, che “il Comune di Milano (...) è un soggetto giuridico autonomo, al quale fanno capo un unico bilancio ed un unico piano di comunicazione generale dell’ente, il quale ha incluso anche l’iniziativa denominata “Estate sforzesca” (...), a cui è riferita l’informazione prot. n. 61874 dell’8 settembre 2017 (allegato 1). La responsabilità del piano di comunicazione generale è, ovviamente, unitamente imputabile al Comune di Milano, anche ai sensi e per gli effetti previsti dall’art. 41 del D. lgs. n. 177/2005”.

Viene, inoltre, rappresentato dall’Ente che: “Come risulta dalle richiamate comunicazioni e dalla allegata tabella riepilogativa (...), le spese per l’acquisto di spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa riferite all’esercizio 2016 del Comune di Milano ammontano complessivamente ad Euro 86.596,03 (9.175,19 + 77.420,84), di cui Euro 43.298,02, pari al 61,34% del totale, destinate a favore dei giornali quotidiani e periodici e di cui Euro 13.469,84 pari al 15,55% del totale, destinate a favore dell’emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale”.

Il COMUNE, pertanto, asserisce di aver “(...) pienamente adempiuto alle prescrizioni contenute nell’art. 41, primo comma, del D.lgs. n. 177/2005. Conseguentemente, nella fattispecie difetta ogni presupposto per l’irrogazione della sanzione prevista dagli articoli 41 e 51, secondo comma, lettera f), del D.lgs. n. 177/2005 (...)”.

Ad integrazione della predetta memoria difensiva, la suindicata Amministrazione, in data 22 gennaio 2018 (prot. AGCOM n. 0004750), ha rappresentato che “il Comune di Milano ha una organizzazione interna che prevede la responsabilità, la gestione e le scelte decisionali delle comunicazioni istituzionali in capo alla Direzione specialistica Comunicazione. Ciò premesso si precisa quanto segue. Nel 2016, per la realizzazione dell’evento Estate sforzesca presso il cortile delle armi del Castello sforzesco, l’Area spettacolo del Comune di Milano ha aderito alla Convenzione ARCA (Regione Lombardia) lotto 3, per la quale era aggiudicataria la società EGA srl, la predetta Società non offriva, tra i servizi in convenzione, la comunicazione dell’evento ma solo la stampa di alcuni materiali di comunicazione. Per tale motivo, l’Area spettacolo del Comune di Milano ha richiesto, come di prassi, alla DS comunicazione un piano media della campagna di comunicazione. Da detto piano si evince chiaramente che alcune spese relative alla campagna di comunicazione non sarebbero state assunte dalla DS Comunicazione ma dall’Area spettacolo per incapacienza del capitolo dedicato della predetta DS. Ciò non toglie che la campagna fosse unica e gestita nel suo complesso dalla DS Comunicazione. La predetta DS chiedeva, quindi, all’Area spettacolo di sostenere alcune delle spese di comunicazione previste dal piano su talune testate web e, con determina n. 6979 del 16.6.2016, P.G. 322011/2016, l’Area spettacolo acquistava lo spazio pubblicitario per la promozione della campagna di comunicazione dell’estate sforzesca, subordinando il pagamento dei servizi richiesti alla verifica della regolarità dei servizi stessi, effettuata dalla DS Comunicazione, che aveva predisposto l’efficace piano di comunicazione dell’Estate Sforzesca, allegato quale parte integrante al provvedimento dirigenziale. Inoltre le procedure di liquidazione sono state avviate



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

solo dopo che la DS Comunicazione ha fornito all'Area spettacolo il report conclusivo della campagna di comunicazione in data 8 luglio 2016. Ciò a dimostrazione che l'atto dirigenziale dell'Area spettacolo si integrava assolutamente agli atti approvati dalla DS comunicazione perfezionando così l'intera campagna di comunicazione prevista per l'evento. Ciò premesso, pertanto, richiamata la suddetta precedente nota del 19 u.s. si ribadisce che nel caso di specie l'avvenuta contestazione difetta di presupposto". Infine, il COMUNE ha richiesto di essere sentito in audizione dall'Autorità, "con l'obiettivo di chiarire meglio la posizione difensiva".

Nell'accogliere la richiesta di audizione presentata dal COMUNE, l'Autorità, con nota del 23 febbraio 2018 (prot. AGCOM n. 0013177), provvedeva a convocare l'Ente per il giorno 6 marzo 2018, richiedendo, al contempo, di trasmettere, ad integrazione della predetta nota del 19 gennaio 2018, un prospetto dettagliato con le spese complessivamente, sostenute dal Comune di Milano per l'acquisto di spazi pubblicitari ai fini di pubblicità istituzionale, ripartite per tipologia di spesa sulla base delle quote di obbligo.

In risposta alla suindicata richiesta, il COMUNE, nel rappresentare (con nota del 2 marzo 2018, prot. AGCOM n. 15077) l'impossibilità di partecipare alla predetta audizione, produceva una tabella riepilogativa, (poi rettificata e trasmessa in allegato alla nota del 30 marzo 2018, prot. AGCOM n. 26958), contenente la rimodulazione dei dati contabili precedentemente indicati nella dichiarazione trasmessa dal Comune di Milano all'Autorità in data 8 settembre 2017 (prot. AGCOM n. 0061874).

In particolare, dalla suindicata rimodulazione dei dati contabili, operata dall'Ente, risultava la complessiva somma di euro: 86.596,03.

Tale valore veniva ottenuto sommando le spese dichiarate dal Gabinetto del Sindaco (nella dichiarazione trasmessa all'Autorità in data 8 settembre 2017, prot. AGCOM n. 0061876) pari ad euro: 77.420,84, con le spese dichiarate dalla Direzione cultura per conto del Gabinetto del Sindaco - Direzione comunicazione (nella dichiarazione trasmessa all'Autorità in data 8 settembre 2017, prot. AGCOM n. 0061874), pari ad euro: 9.175,19.

Il COMUNE asserisce che tale valore complessivo, pari ad euro: 86.596,03 sarebbe dovuto essere così complessivamente ripartito:

- su quotidiani e periodici: euro 49.628,00 (pari al 57,31% delle spese totali sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale: euro 86.596,03);
- su emittenti radiofoniche e televisive locali: euro 13.469,84 (pari al 15,55% delle spese sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale: euro 86.596,03);
- su altri mezzi di comunicazione: euro 23.498,19 (pari al 27,14% delle spese sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale).

Pertanto, il COMUNE asserisce di aver rispettato la quota percentuale delle somme da destinare su emittenti radiofoniche e televisive locali (contestata dall'Autorità con atto di cont. n. 13/17/SIR del 22 dicembre 2017) per l'acquisto di spazi di comunicazione istituzionale.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Il COMUNE, infatti, evidenziava che le percentuali di legge sarebbero rispettate poiché le spese contestate sono state sostenute dalla Direzione cultura solo per motivazioni contabili, determinate, cioè, da incapienza del capitolo di spesa assegnato alla Direzione comunicazione. L'Amministrazione comunale di cui trattasi ha, a tal fine, rappresentato che sono assegnate alla Direzione comunicazione dell'Ufficio di Gabinetto del Sindaco le competenze relative alla comunicazione dell'Ente. Peraltro, dal documento organizzativo prodotto dal COMUNE (in allegato alla nota prot. AGCOM n. 0013177 del 23 febbraio 2018) e presente in atti (Determinazione dirigenziale n. 37 del 26//2017 della Direzione generale), si desume che la suindicata Direzione comunicazione ha il compito di gestire gli strumenti ed i canali di comunicazione dell'Ente (in raccordo con la Direzione marketing metropolitano e con la Direzione generale) ed è, altresì, titolare delle funzioni riguardanti *“l'individuazione, la progettazione e lo sviluppo dei media e dei circuiti di comunicazione per l'attuazione del Piano di comunicazione e dei piani media delle singole campagne di comunicazione dell'ente”*.

Il COMUNE ritiene, dunque, che le due comunicazioni siano da considerarsi in modo unitario ai fini della valutazione del rispetto delle percentuali stabilite dall'articolo 41, comma 1, del *Tusmar*, in quanto le due dichiarazioni suindicate contengono spese che, solo per mere ragioni di incapienza del relativo capitolo di bilancio, sono state sostenute da una struttura diversa dal Gabinetto del Sindaco - Direzione comunicazione (nella specie dalla Direzione cultura del Comune di Milano) e riguardano il medesimo esercizio finanziario (quello del 2016) ed, inoltre, sono effettuate in attuazione dell'unitario *“Piano di comunicazione”* dell'Ente.

In quest'ottica, l'Amministrazione asserisce che le spese (oggetto della contestazione) siano state sostenute dalla Direzione cultura per conto (oltre che su richiesta specifica e motivata) della Direzione comunicazione del Gabinetto del Sindaco.

Infatti, a supporto della suddetta tesi difensiva, prospettata dal COMUNE, l'Ente rappresenta, in particolare (nella nota del 2 marzo 2018, prot. AGCOM n. 0015077 supportata dagli acclusi allegati), che la spesa di cui trattasi (pari ad euro 9.175,19), oggetto di contestazione da parte dell'Autorità, è da riferirsi alla promozione della manifestazione *“Estate sforzesca 2016”*. Tale comunicazione istituzionale (come dichiarato dal Direttore della Direzione cultura, dott.ssa Giulia Amato nella dichiarazione allegata alla nota del 2 marzo 2018, prot. AGCOM n. 0015077) si inserisce nell'ambito del complessivo piano di comunicazione predisposto dal COMUNE al fine di promuovere l'estate milanese e rientrante tra le specifiche competenze del Gabinetto del Sindaco – D.S. Comunicazione; struttura questa che non disponeva delle somme necessarie per fare fronte alla suindicata spesa. Nella predetta nota è riportato quanto segue: *“Si conferma che la promozione della manifestazione “Estate sforzesca 2016”, rientrante nella comunicazione del palinsesto dell'estate milanese, era un servizio di competenza del Gabinetto del Sindaco – D.S. Comunicazione, che non aveva sul capitolo di riferimento, nel bilancio 2016, la disponibilità economica per coprire le diverse voci del piano di comunicazione”*. Per tale motivo il Gabinetto del Sindaco D.S. Comunicazione, al fine di assicurare la promozione e la comunicazione del progetto *“Estate Sforzesca 2016”*, nell'ambito del più ampio



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

contenitore “Estate milanese”, ha chiesto all’Area spettacolo della Direzione cultura di assumere direttamente la spesa relativa agli acquisti di spazi sui giornali come si evince da dichiarazione e mail della dott.ssa Marina Messina, Direttore Area spettacolo del 1 marzo 2018 e da mail del Dott. Nunzio Gervasio, responsabile della D.S. Comunicazione – Servizio amministrativo, del 20 aprile 2016 che si allegano alla presente parte integrante”.

Sempre in data 2 marzo 2018 (con nota prot. AGCOM n. 0015077), il COMUNE produceva all’Autorità la comunicazione datata 1 marzo 2018 della dott.ssa Marina Messina, Direttore dell’Area spettacolo (Direzione cultura), indirizzata al Direttore della Direzione cultura, dott.ssa Giulia Amato. Nella suindicata comunicazione di posta elettronica, la predetta Dirigente rappresentava che “(...) *la comunicazione dell’Estate sforzesca 2016, rientrando nella comunicazione degli eventi dell’estate milanese, era un servizio in carico alla Direzione Specialistica comunicazione, che non aveva, nel proprio capitolo di riferimento del bilancio 2016, la disponibilità economica per coprire le diverse voci del piano di comunicazione. Come si evince dalla mail allegata, la DS comunicazione, vista la propria incapienza di bilancio, ha comunicato in data 20 aprile 2016 all’Area spettacolo della Direzione Cultura di assumere direttamente la spesa relativa agli acquisti di spazi sui giornali*”.

A sostegno delle prospettate tesi, come già sopra accennato, la suindicata Amministrazione ha prodotto le interlocuzioni intercorse (in data 20 aprile 2016, a mezzo posta elettronica istituzionale del COMUNE) tra le due articolazioni amministrative di cui trattasi al fine di far sì che la Direzione Cultura attraverso “*storni sui (...) capitoli di spesa*” assumesse direttamente le spese di comunicazione riguardante la promozione dell’evento “Estate sforzesca”; spese che istituzionalmente dovevano essere, invece, sostenute dalla Direzione comunicazione competente nella gestione della pubblicità dell’Ente.

Difatti, dalle precitate comunicazioni istituzionali interne tra i responsabili dei due sopra indicati uffici, emerge che, effettivamente, la Direzione comunicazione ha richiesto alla Direzione cultura di anticipare le spese per conto della Direzione comunicazione: Direzione che (come risulta dal Decreto della Direzione generale del COMUNE riguardante l’organizzazione dell’Ente e le funzioni assegnate alle singole ripartizioni, prodotto dalla suddetta Amministrazione), era titolare delle specifiche competenze amministrative in materia di comunicazione pubblicitaria dell’Ente, ma che si trovava in una condizione finanziaria di indisponibilità a sostenere le suindicate spese per promuovere evento “Estate sforzesca 2016”.

Va, poi, considerato che in data 30 marzo 2018, con la precitata nota prot. AGCOM n. 0026958, al fine di precisare i valori delle spese sostenute dall’Ente per le singole quote, la Direzione cultura del Comune di Milano trasmetteva all’Autorità un nuovo modello EP con il quale si rettificavano alcuni dei valori indicati nelle quote d’obbligo precedentemente comunicati all’Autorità in data 8 settembre 2017 (prot. AGCOM n. 0061874). Va rilevato che la rimodulazione dei suindicati valori incideva non sulla somma complessiva delle spese sostenute dalla Direzione cultura per conto della Direzione comunicazione del Gabinetto del Sindaco (poiché si confermava il valore totale delle spese per pubblicità istituzionale sostenute nel 2016 dalla Direzione cultura che continuava ad essere pari ad euro 9.175,19). Tuttavia, venivano, in parte, rimodulati i valori riguardanti le spese



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

sostenute per la quota relativa alla pubblicità effettuata su quotidiani e periodici che ammonterebbe ad euro 5.685,00.

Tale nuovo valore veniva a sostituire il precedente valore indicato nella dichiarazione dell'8 settembre 2017, prot. AGCOM n. 0061874, poiché l'ente erroneamente aveva inserito l'intero ammontare di euro 9.175,19 tra le spese sostenute su quotidiani e periodici, mentre una parte del predetto ammontare era stato speso per pubblicità su web.

Inoltre, nel suindicato prospetto veniva, poi, confermato che la Direzione cultura non aveva sostenuto spese per pubblicità su emittenti radiofoniche e/o televisive locali; mentre veniva rettificata la voce relativa alle spese su altri mezzi di comunicazione che, sulla base del ricalcolo, risulta essere pari ad euro 3.490,19, mentre nel modello EP dell'8 settembre 2017 (prot. AGCOM n. 0061874) risultava essere pari a "0,00".

La nuova prospettazione dei valori indicati nel modello EP, trasmesso *ex novo* all'Autorità in allegato alla nota del 30 marzo 2018 (prot. AGCOM n. 0026958) è da ritenersi utile per rimodulare i valori di spesa delle singole quote d'obbligo relative a pubblicità istituzionale effettuata dall'Ente nell'anno 2016, anche considerando unitariamente le spese sostenute dall'ente per il 2016, poiché i rettificati valori incidono sulle percentuali delle quote d'obbligo.

3. Valutazioni dell'Autorità

In via preliminare, si rileva che il COMUNE, entro i termini stabiliti, ha prodotto gli scritti difensivi ed ha inviato le successive integrazioni richieste dalla competente struttura dell'Autorità, per valutare, complessivamente, il rispetto delle quote di destinazione previste dall'articolo 41, comma 1.

Nel merito, le prospettazioni del COMUNE possono ritenersi accoglibili per i motivi che seguono.

Anzitutto, risultano, effettivamente, pervenute all'Autorità due distinte comunicazioni in data 8 settembre 2017. Tali dichiarazioni riportano, rispettivamente, le spese sostenute per pubblicità istituzionale dalla Direzione Cultura (prot. AGCOM n. 0061874 dell'8 settembre 2017) e le spese sostenute per il medesimo fine dal Gabinetto del Sindaco (prot. AGCOM n. 0061876 dell'8 settembre 2017).

In particolare, da una parte, la dichiarazione (prot. AGCOM n. 0061874) della Direzione cultura dell'8 settembre 2018 (che ha originato il presente procedimento) come rettificata dal COMUNE in data 30 marzo 2018, (prot. AGCOM n. 0026958), fa riferimento a spese complessive per un totale di euro: 9175,19, così ripartite:

- spese su quotidiani e periodici: euro 5.685,00;
- spese su emittenti radiofoniche e/o televisive locali: euro 0,00;
- spese su altri mezzi di comunicazione: euro 3.490,19.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Mentre, dall'altra parte, la dichiarazione dell'Ufficio di Gabinetto del Sindaco dell'8 settembre 2017, prot. AGCOM n. 0061876), già conforme con le percentuali d'obbligo (di cui all'art. 41 del *Tusmar*), fa riferimento a spese complessive per un totale di euro: 77420.84 così ripartite:

- spese su quotidiani e periodici: euro 43943,00;
- spese su emittenti radiofoniche e televisive locali: euro 13469,84;
- spese su altri messi di comunicazione: euro 20008,00.

I valori sopra indicati e riportati nelle due predette dichiarazioni trasmesse all'Autorità dal COMUNE devono essere considerate unitariamente.

Difatti, dalle argomentazioni prospettate nella memoria difensiva sopracitata e dagli atti allegati, si desume che, relativamente alla voce "*pubblicità su emittenti radiofoniche e/o televisive locali*" (contenuta nella dichiarazione trasmessa dalla Direzione cultura), il mancato rispetto delle quote d'obbligo, da parte della predetta Direzione cultura ed oggetto di contestazione, è stato determinato da una motivazione meramente contabile e di incapienza di bilancio.

Si rileva, infatti, che se la Direzione comunicazione del Gabinetto del Sindaco avesse potuto disporre delle risorse finanziarie necessarie per fronteggiare le spese per la promozione dell'evento "Estate Sforzesca", non sarebbe stata costretta a richiedere alla Direzione cultura (Area spettacolo) dell'Ente di procedere ad effettuare "storni" sui propri capitoli di spesa e, quindi, non sarebbe stata costretta ad anticipare le risorse necessarie per farsi carico delle suindicate spese pubblicitarie.

Di conseguenza, il COMUNE avrebbe presentato una sola dichiarazione: quella dell'Ufficio di Gabinetto del Sindaco, poiché la Direzione cultura non avrebbe speso alcunché ai fini pubblicitari non essendo la ripartizione direttamente competente in materia di gestione delle spese di comunicazione dell'Ente, come si desume dal Decreto della Direzione generale dell'Ente prodotto dal COMUNE in allegato alla suddetta memoria difensiva.

In particolare, va, poi, considerato che i valori indicati della dichiarazione suindicata trasmessa all'Autorità dall'Ufficio di Gabinetto del Sindaco, seppur rimodulati ed integrati con quelli relativi alle spese anticipate dalla Direzione cultura per conto della Direzione comunicazione del Gabinetto del Sindaco risultano pienamente rispettosi delle quote d'obbligo di cui all'art. 41 del *Tusmar*.

Difatti, dalla sommatoria delle spese complessivamente sostenute (dalla Direzione cultura e dal Gabinetto del Sindaco) per la pubblicità istituzionale dell'Ente si rilevano valori contabili che rispettano le quote d'obbligo.

Più specificamente, dall'esame della documentazione contabile prodotta, in via conclusiva, dal COMUNE in data 30 marzo 2018 (acclusa alla nota prot. AGCOM n.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

0026958 del 30 marzo 2018), emerge che nel corso dell'esercizio finanziario 2016, l'Ente ha sostenuto, complessivamente, per la pubblicità istituzionale la spesa di euro 86.596,03, così, dettagliatamente, ripartita:

- su quotidiani e periodici: euro 49.628,00 (pari al 57,31% delle spese totali sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale: euro 86.596,03);
- su emittenti radiofoniche e televisive locali: euro 13.469,84 (pari al 15,55% delle spese sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale: euro 86.596,03);
- su altri mezzi di comunicazione: euro 23.498,19 (pari al 27,14% delle spese sostenute dall'Ente per pubblicità istituzionale: euro 86.596,03).

Pertanto, sulla base del nuovo computo, si rileva che, con riferimento all'esercizio finanziario 2016, risultano rispettate da parte del COMUNE tutte le quote di destinazione e, nello specifico, quella destinata a favore delle emittenti radiofoniche e televisive locali per fini di pubblicità istituzionale.

CONSIDERATO che sulla base degli elementi di valutazione emersi nel corso del procedimento e riscontrati anche in via documentale, risulta che il COMUNE (per la dichiarazione relativa all'esercizio finanziario 2016), ha rispettato l'articolo 41, comma 1, del *Tusmar*;

RITENUTO, per le ragioni di cui sopra, di non doversi dare ulteriore corso al procedimento sanzionatorio;

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

Articolo 1

Si archivia il procedimento sanzionatorio n. 13/17/SIR del 22 dicembre 2017 avviato nei confronti del Comune di Milano.

La presente delibera è notificata al Comune di Milano e pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 24 aprile 2018

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

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