

**DELIBERA N. 95/21/CSP**

**ARCHIVIAZIONE DEL PROCEDIMENTO SANZIONATORIO AVVIATO NEI  
CONFRONTI DI REI S.R.L. (FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA  
AUDIOVISIVO IN AMBITO LOCALE TELESTENSE) PER LA VIOLAZIONE  
DELLA DISPOSIZIONE NORMATIVA CONTENUTA NELL'ART. 38,  
COMMA 9, DLGS. 177/05**

**(CONTESTAZIONE N. 8/2020 DEL CO.RE.COM. EMILIA-ROMAGNA)  
(PROC. 32/21/ZD-CRC)**

**L'AUTORITÀ**

NELLA riunione della Commissione servizi e prodotti del 29 aprile 2021;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

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

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

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modifiche e integrazioni, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, di seguito anche Testo unico;

VISTO il decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante “*Disposizioni urgenti per l’attuazione di obblighi comunitari e l’esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee*”, convertito con modificazioni, dalla legge 6 giugno 2008, n. 101;

VISTO il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104, recante “*Attuazione dell’articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

VISTO il Decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, recante “*Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico*”;

VISTA la delibera n. 538/01/CSP, del 26 luglio 2001, recante “*Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 12/08/CSP;

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, recante “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale*” come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 565/14/CONS;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 696/20/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. 697/20/CONS;

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

VISTA la legge regionale 30 gennaio 2001 n. 1, recante “*Istituzione, organizzazione e funzionamento del Comitato Regionale per le Comunicazioni (Co.RE.COM.)*”;

VISTA la delibera n. 395/17/CONS, del 19 ottobre 2017, recante “*Approvazione dell’Accordo Quadro tra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e le Regioni, concernente l’esercizio delle funzioni delegate ai Comitati Regionali per le Comunicazioni*”;

VISTO l’Accordo quadro sottoscritto il 28 novembre 2017 fra l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative e delle regioni e delle Province autonome, prorogato con delibera n. 683/20/CONS recante “*Proroga dell’accordo quadro tra l’autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la conferenza delle regioni e province autonome e la conferenza dei presidenti delle assemblee legislative delle regioni e delle province autonome, concernente l’esercizio delle funzioni delegate ai comitati regionali per le comunicazioni e delle relative convenzioni*”;

VISTA la Convenzione per il conferimento e l’esercizio della delega di funzioni ai Comitati regionali per le Comunicazioni sottoscritta in data 28 dicembre 2017 dal Presidente dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, dal Presidente della Regione Emilia-Romagna, dalla Presidente del Comitato regionale per le comunicazioni Emilia-Romagna ed in particolare l’art. 4 della stessa che delega al Corecom l’esercizio della funzione di “*vigilanza sul rispetto delle norme in materia di esercizio dell’attività radiotelevisiva locale, mediante il monitoraggio delle trasmissioni dell’emittenza locale*”

*privata, e della concessionaria pubblica, per l'ambito di diffusione regionale, con particolare riferimento agli obblighi in materia di programmazione, anche a tutela delle minoranze linguistiche e dei minori, pubblicità e contenuti radiotelevisivi previsti dal Tusmar, come integrato dai Regolamenti attuativi dell'Autorità".*

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

### **1. Fatto e Contestazione**

Il Comitato regionale per le comunicazioni Emilia-Romagna ha accertato, in data 15 dicembre 2020, la violazione della disposizione normativa contenuta nell'art. 38, comma 9, d.gs. 177/05 da parte della società REI S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale Telestense per l'avvenuto superamento, dal giorno 12 al giorno 18 settembre 2020, del limite di affollamento pubblicitario orario.

Successivamente con atto del predetto Comitato regionale per le comunicazioni Emilia-Romagna è stata contestata, in data 15 dicembre 2020, e poi notificata, in data 16 dicembre 2020, alla predetta società la violazione della disposizione normativa sopra indicata, come, di seguito, riportato.

- Il giorno 12 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 22 minuti 04 secondi pari ad una percentuale del 36,78%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 12 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 28 minuti 06 secondi pari ad una percentuale del 46,83%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 03-04, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 46 minuti 26 secondi pari ad una percentuale del 77,39%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 14-15, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 20 minuti 38 secondi pari ad una percentuale del 34,39%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 23 secondi pari ad una percentuale del 28,97%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 19 minuti 18 secondi pari ad una percentuale del 32,17%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 00-01, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 07 secondi pari ad una percentuale del 28,53%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 14-15, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 10 secondi pari ad una percentuale del 28,61%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 34 minuti 32 secondi pari ad una percentuale del 57,56%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 02-03, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 53 minuti 11 secondi pari ad una percentuale del 88,64%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 13-14, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 03 secondi pari ad una percentuale del 28,42%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 15-16, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 19 minuti 03 secondi pari ad una percentuale del 31,75%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 18-19, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 22 minuti 48 secondi pari ad una percentuale del 38,00%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 11 secondi pari ad una percentuale del 28,64%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 18 minuti 34 secondi pari ad una percentuale del 30,94%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 21 minuti 04 secondi pari ad una percentuale del 35,11%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 10-11, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 21 minuti 10 secondi pari ad una percentuale del 35,28%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 16-17, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 23 minuti 42 secondi pari ad una percentuale del 39,50%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 18-19, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 58 minuti 21 secondi pari ad una percentuale del 97,25%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 38 secondi pari ad una percentuale del 29,39%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;

- il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 06 secondi pari ad una percentuale del 28,50%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 00-01, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 17 secondi pari ad una percentuale del 28,81%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 10-11, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 23 minuti 15 secondi pari ad una percentuale del 38,75%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 15-16, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 19 minuti 03 secondi pari ad una percentuale del 31,75%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 16-17, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 27 minuti 04 secondi pari ad una percentuale del 45,11%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 18 minuti 13 secondi pari ad una percentuale del 30,36%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 17 minuti 51 secondi pari ad una percentuale del 29,75%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 24 minuti 48 secondi pari ad una percentuale del 41,33%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 18 minuti 16 secondi pari ad una percentuale del 30,44%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 21 minuti 06 secondi pari ad una percentuale del 35,17%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione;
- il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 21-22, la società REI S.r.l. ha trasmesso spot pubblicitari per una durata di 18 minuti 04 secondi pari ad una percentuale del 30,11%, eccedenti il 25% di ogni ora di programmazione.

## **2. Deduzioni della società**

La parte, con appositi scritti difensivi datati 18 gennaio 2021, nel chiedere l'archiviazione del procedimento sanzionatorio, ha eccepito il non superamento del limite di affollamento pubblicitario orario, di cui all'art. 38, comma 9, d.lgs. 177/05, in quanto, nel corso delle giornate di programmazione televisiva oggetto di contestazione, le telepromozioni sono state erroneamente conteggiate dal Comitato regionale per le comunicazioni nel calcolo relativo all'affollamento pubblicitario orario.

### 3. Valutazioni dell'Autorità

Preso atto degli scritti difensivi sopra indicati, l'Istituto Piepoli, incaricato dal CO.RE.COM. Emilia-Romagna di monitorare la programmazione televisiva trasmessa sul servizio di media audiovisivo Telestense, di rilevare e di analizzare i dati della programmazione televisiva locale per la sessione generale di monitoraggio relativa all'anno 2020, con nota del 05 marzo 2021, "*confermava i tempi pubblicitari monitorati*".

In particolare, il predetto Istituto ha sostenuto che "*le comunicazioni SAF, Tomasi, Auto Po, Cepu [...] presentano molte caratteristiche delle telepromozioni, e anche molte caratteristiche della pubblicità televisiva in senso stretto [...]*" e della televendita con durata inferiore a 15 minuti.

Inoltre, "*la norma non stabilisce criteri davvero chiari per stabilire i confini tra pubblicità in senso stretto, telepromozione e televendita [...]*".

Riguardo al programma televisivo denominato "Woom", il predetto Istituto ha sostenuto che lo stesso "*contiene numerosissime inserzioni pubblicitarie riconducibili ad Estense Motori [...]*".

Infine, considerato che tali forme di pubblicità non sono state trasmesse "*nell'ambito di un programma*", le stesse non possono essere qualificate come telepromozioni.

Ad esito dell'istruttoria svolta, il Comitato regionale per le comunicazioni Emilia-Romagna, con delibera dell'11 marzo 2021, ha proposto a questa Autorità l'irrogazione della sanzione amministrativa pecuniaria nei confronti della società REI S.r.l.

La suddetta proposta non risulta meritevole di accoglimento.

L'asserzione in ordine alla non fondatezza, in punto di fatto e di diritto, di quanto proposto a questa Autorità dal predetto Comitato regionale per le comunicazioni presuppone, necessariamente, una duplice valutazione; l'una attinente all'accertamento della natura di comunicazione commerciale audiovisiva e, *in specie*, di telepromozione di parte delle comunicazioni commerciali audiovisive stesse contestate, l'altra, una volta qualificata come telepromozione le comunicazione audiovisive in esame, attinente all'esclusione di tale fattispecie dal calcolo dell'affollamento pubblicitario orario, di cui all'art. 38, comma 9, d.lgs. 177/05.

Come noto, la telepromozione si presenta come una delle innumerevoli e multiformi tecniche di promozione commerciale finalizzate a incrementare la notorietà di una determinata impresa mediante la presentazione dei suoi prodotti o servizi, marchi, segni distintivi in genere, ai sensi dell'art. 2, comma 1, *lett. mm*), d.lgs. 177/05 e dell'art. 1, comma 1, *lett. f*), delibera n. 538/01/CSP.

Dalla documentazione versata in atti, pur in assenza dell'acquisizione della prova storica del rapporto di committenza da parte del predetto Organismo regionale, tuttavia si rilevano elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, tali da far ritenere che talune comunicazioni commerciali audiovisive contestate, in quanto dirette a stimolare la fornitura di uno specifico prodotto e/o servizio, siano da qualificarsi, appunto, come telepromozioni.

In particolare, riguardo alle comunicazioni commerciali denominate *Saf, Tomasi, Auto Po, Cepu, Primerano, Televista, Femet, Poltronificio Betty, Marani, Progetto Casa, Servizi aeronautici e Tecnhotermica*, tali elementi presuntivi si rinvengono sia nel formato utilizzato dell'emesso televisivo in esame, caratterizzato da inquadrature indugianti in modo insistito e ripetuto sul prodotto e da descrizioni insistite e ripetute del servizio mostrato e dalla chiara leggibilità dei loro marchi sia nel ricorso a un linguaggio, a sua volta, caratterizzato da toni particolarmente elogiativi reiterati, riferiti al prodotto e al servizio da parte del conduttore e del soggetto, di volta in volta, intervistato.

Inoltre, si è, comunque, in presenza di forme di pubblicità diverse dagli *spot*, in quanto si caratterizzano, per via delle modalità di presentazione, di una durata più lunga rispetto agli *spot*, come “*more time consuming*”.

Con particolare riferimento alla telepromozione denominata “*Woom*”, sulla base degli indizi sopra indicati, quindi, la presentazione di una specifica concessionaria di automobili non può certamente considerarsi, alla luce del contesto in cui è inserita, meramente casuale o occasionale, essendo, comunque, frutto di una scelta condivisa tra l'impresa che beneficia della esposizione dei propri prodotti e servizi e il fornitore del servizio di media audiovisivo Telestense.

In altri termini, le modalità di raffigurazione e di descrizione di quei determinati prodotti e servizi offerti dalla concessionaria di automobili, non assumendo profili di pubblico interesse, attesa la non attualità dell'informazione fornita, assumono l'esplicito intento di promuovere l'attività specifica esercitata da quella impresa, in quanto l'emesso televisivo in esame, tra l'altro, è incentrato sui prodotti e sui servizi offerti da quella concessionaria di automobili e non da una pluralità concessionarie operanti sul mercato e tra loro raffrontate, al fine di offrire, così, un'informazione completa al telespettatore.

In conclusione, attraverso una vera e propria forma di comunicazione commerciale mascherata da programma televisivo di tipo informativo e/o di intrattenimento, solo apparentemente volta alla mera conoscenza di quella determinata impresa, si è stimolato l'acquisto e la fornitura dei prodotti e dei servizi propri di quella specifica concessionaria, facendone specifici riferimenti di carattere promozionale.

Riguardo alla considerazione espressa dall'Istituto Piepoli, secondo cui nella vicenda in esame è da escludersi l'avvenuta trasmissione di telepromozioni per la non avvenuta messa in onda delle stesse “*nell'ambito di un programma*”, questa Autorità, nel tener conto dell'evoluzione del *format*, delle tecniche di linguaggio, di costume e di mercato in materia di comunicazione commerciale audiovisiva e, al contempo, anche di quella regolamentare (si pensi alle disposizioni normative contenute nelle delibera n. 538/01/CSP in materia di riconoscimento e di posizionamento della pubblicità televisiva), ritiene che, in conformità ai principi comunitari di uguaglianza e di proporzionalità, a fronte di forme di pubblicità del tutto simili consistenti nell'esibizione di prodotti e nella presentazione verbale e visiva di beni e di servizi effettuate dal fornitore del servizio di media audiovisivo, al fine di promuovere la fornitura, dietro compenso, dei beni o dei servizi stessi, ma distinte solo per il fatto di essere trasmesse o

meno “*nell’ambito di un programma*”, si sia, comunque, sempre in presenza di vere e proprie telepromozioni (a titolo esemplificativo delibera n. 21/15/CSP dell’11 febbraio 2015).

Premessa, pertanto, la natura di telepromozione delle comunicazioni audiovisive sopra riportate, è indubbio che le telepromozioni non debbano soggiacere alla disposizione normativa dettata in materia di affollamento pubblicitario orario, bensì solo, eventualmente, giornaliero.

Sulla scorta delle considerazioni sopra esposte, pertanto, nel corso delle giornate di programmazione televisiva dal 12 al 18 settembre 2020 lo scomputo del tempo di trasmissione delle telepromozioni sul servizio di media audiovisivo in ambito locale Telesense dal calcolo complessivo dell’affollamento pubblicitario orario, ha comportato la messa in onda di comunicazioni commerciali audiovisive, per ciascuna fascia oraria monitorata, nei limiti di percentuale, come, di seguito, riportato.

- Il giorno 12 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 17,34,% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 12 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari all’8,56,% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 03-04, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 16,62% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 14-15, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 15,17% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 13,22% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 13 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 10,04% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 00-01, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 2,98% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 14-15, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 19,36% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 14 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, un affollamento pubblicitario orario pari al 22,84% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 02-03, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 9,99% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 13-14, si riscontra un affollamento pubblicitario orario pari al 19,65% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 15-16, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 16,17% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 18-19, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 5,41 % nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre, 2020 nella fascia oraria 19-20, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 22,73% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 10,47% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 15 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 21,03% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 10-11, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 2,15% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 16-17, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 4,62% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 18-19, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 5,03% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 14,31% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 16 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 15,28% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 00-01, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 5,12% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 10-11, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari all'0,17% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 15-16, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 2,06% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 16-17, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 17,94% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 10,32% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 10,64% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 17 settembre 2020, nella fascia oraria 22-23, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 15,12% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 19-20, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 17,34% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 20-21, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 10,98% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

- Il giorno 18 settembre 2020, nella fascia oraria 21-22, si riscontra un affollamento orario pubblicitario pari al 20,61% nel rispetto del limite fissato dal citato art. 38, comma 9, decreto legislativo n. 177/05.

Infine, per mero tuziorismo si ritiene che l'erronea indicazione nominale nell'atto di contestazione adottato dal predetto Comitato regionale per le comunicazioni del comma 5, art. 38, d.lgs. 177/05, anziché del comma 9, art. 38, d.lgs. 177/05, comunque, non rilevi in ordine al mancato accoglimento della proposta avanzata dal CO.RE.COM. Emilia-Romagna, avuto riguardo alla motivazione del provvedimento finale.

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 38, comma 9 del Testo unico, *“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”*;

RITENUTO, pertanto, di non procedere all'irrogazione della sanzione pecuniaria amministrativa nei confronti della società REI S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale Telestense per insussistenza della contestata violazione della disposizione normativa contenuta nell' art. 38, comma 9, d.lgs. 177/05;

UDITA la relazione del Commissario Laura Aria, relatore ai sensi dell'articolo 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento della Autorità*;

### **DELIBERA**

l'archiviazione del procedimento sanzionatorio avviato nei confronti della società REI S.r.l. fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale Telestense per le ragioni di cui in premessa.

La presente delibera è notificata alla parte ed è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 29 aprile 2021

**IL PRESIDENTE**  
Giacomo Lasorella

**IL COMMISSARIO RELATORE**  
Laura Aria

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