

DELIBERA N.76/25/CSP

**ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELLA SOCIETÀ
TELEFRIULI S.P.A., FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO
LINEARI IN AMBITO LOCALE CON IL MARCHIO “TELEFRIULI”, PER LA
VIOLAZIONE DELLE DISPOSIZIONI DI CUI AGLI ARTICOLI 43, COMMA
1, LETTERA A), E 44, COMMA 1 DEL DECRETO LEGISLATIVO 8
NOVEMBRE 2021, N. 208, DELL’ART. 13, COMMA 3, DEL DECRETO
MINISTERIALE 9 DICEMBRE 1993, N. 581, NONCHÉ DELL’ARTICOLO 3,
COMMI 1, 2 E 7, DELL’ALLEGATO “A” ALLA DELIBERA AGCOM N.
538/01/CSP DEL 26 LUGLIO 2001.**

**(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA N. 01/25 -
PROC. 12/25/MRM-CRC)**

L’AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 23 luglio 2025;

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 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*”;

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*”;

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*” (di seguito, “*Regolamento*”), come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/CONS, del 6 marzo 2025;

VISTA la delibera n. 382/24/CONS, del 30 settembre 2024, recante “*Attuazione della nuova organizzazione dell’Autorità: individuazione degli uffici di secondo livello*”, come modificata dalla delibera n. 59/25/CONS, del 6 marzo 2025;

VISTA la delibera n.410/14/CONS, del 29 luglio 2014 e, in particolare, l’Allegato A, recante “*Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*” (di seguito, “*Regolamento*”), come modificato, da ultimo, dalla delibera n. 286/23/CONS, dell’8 novembre 2023 e l’allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante “*Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori*”;

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 della regione autonoma del Friuli-Venezia Giulia n. 11 del 10 aprile 2001, recante “*Norme in materia di comunicazione, di emittenza radiotelevisiva locale ed istituzione 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 tra l’Autorità, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome con il quale vengono individuati i principi generali concernenti l’esercizio delle funzioni delegate ai Comitati regionali per le comunicazioni in tema di comunicazioni, approvato dall’Autorità con delibera n. 427/22/CONS del 14 dicembre 2022 (di seguito denominato *Accordo Quadro 2023*);

VISTA la Convenzione, stipulata ai sensi dell'Accordo Quadro 2023 tra l'Autorità e gli Organi regionali competenti, mediante la quale si conviene che a decorrere dal 1° gennaio 2023 l'Autorità delega al CO.RE.COM “*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*”;

VISTO il “Compendio di procedure operative per l'attività di monitoraggio e vigilanza sulle trasmissioni radiotelevisive in ambito locale”, approvato dal Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in data 3 maggio 2023;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Con atto del CO.RE.COM. Friuli-Venezia Giulia - Cont. n. 01/2025 è stata contestata, in data 28 marzo 2025 e notificata in pari data, alla società TELEFRIULI S.p.A. - fornitore dei servizi di media audiovisivi lineari in ambito locale con il marchio editoriale “TELEFRIULI”, la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 43, comma 1, lettera a), 44, comma 1 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, dell'art. 13, comma 3, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, nonché dell'articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell'allegato “A” alla delibera n. 538/01/CSP. Le violazioni sono state riscontrate nell'ambito dell'attività di monitoraggio della programmazione finalizzata alla verifica della conformità della programmazione alla normativa legislativa e regolamentare in vigore, in particolare, in tema di pubblicità e obblighi di programmazione e garanzie dell'utenza, che il CO.RE.COM. Friuli-Venezia Giulia compie su delega dell'Autorità, e che ha condotto all'avvio di una sessione di monitoraggio dei programmi trasmessi dall'emittente dalle ore alle ore 00.00 del giorno 10 febbraio 2025 alle ore 24.00 del giorno 16 febbraio 2025.

Il CO.RE.COM. Friuli-Venezia Giulia ha, infatti, richiesto con nota del 25 febbraio 2025 (prot. n. 1433/P), al fornitore SMAV copia delle registrazioni dei programmi diffusi nel suddetto periodo, che sono state debitamente acquisite in data 6 marzo 2025 (prot. n. 1874/A).

Il Comitato, dopo aver analizzato le registrazioni e disposto una “Relazione sull'attività delegata di vigilanza sul rispetto delle norme in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva in riferimento all'emittente fornitore “TELEFRIULI”, facente capo alla società “TELEFRIULI S.p.A.”, ha ritenuto che sussistessero i presupposti per l'avvio di un procedimento di contestazione per la violazione di molteplici disposizioni legislative e regolamentari in materia di riconoscibilità del messaggio pubblicitario e sponsorizzazioni.

In particolare, dagli esiti dell'attività istruttoria è emerso che l'emittente in parola ha violato le norme del TUSMAR che attengono alla riconoscibilità delle comunicazioni commerciali audiovisive (Articoli 43, comma 1, lettera a), e 44, comma 1, del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208), attraverso la:

- i. diffusione di telepromozioni prive degli elementi ottici di segnalazione previsti, anche, dall'articolo 13, comma 3, del D.M. 581/93, necessari a distinguerle chiaramente dal restante contenuto editoriale. Tali inserimenti sono stati, inoltre, impropriamente classificati dal fornitore come "inserimento di prodotti";
- ii. l'inserimento di contenuti pubblicitari all'interno di programmi, senza l'uso degli adeguati elementi di riconoscibilità (ottici, acustici o spaziali), così come richiesto dall'articolo 3, commi 1 e 2, dell'Allegato "A" alla Delibera n. 538/01/CSP, determinando una commistione con il contenuto editoriale e compromettendo la corretta percezione dello stesso da parte del pubblico.

Con riferimento alla prima fattispecie, le presunte violazioni riguardano, in particolare, alcune puntate (e relative repliche) del programma "*Beker on Tour*", dedicato alla cucina regionale. In tali puntate, dopo un cambio di contesto scenico, vengono presentati prodotti alimentari: in alcuni casi dal conduttore insieme al produttore, in altri direttamente dal produttore. Tali presentazioni, della durata di circa 3-4 minuti riportano talvolta solo per pochi secondi la dicitura di "*inserimento di prodotti*". Tuttavia, non sempre la segnalazione è correttamente collocata all'inizio, alla fine o dopo interruzioni pubblicitarie, come previsto dalle succitate norme, ed il tono utilizzato non è neutro, ma marcatamente promozionale, risultando incoerente con il normale contesto narrativo del programma (realizzazione di ricette con ospiti).

I prodotti sono spesso messi in risalto in spazi appositi e illustrati nei dettagli, con inquadrature in primo piano che ne enfatizzano le qualità, senza un legame diretto con la preparazione delle ricette.

Tali modalità di presentazione conferiscono ai prodotti un rilievo indebito, configurando di fatto vere e proprie "*telepromozioni*" non adeguatamente segnalate, come definite dal TUSMAR e dall'Allegato "A" alla Delibera AGCOM n. 538/01/CSP, con conseguente violazione degli obblighi legislativi e regolamentari - di riconoscibilità delle comunicazioni commerciali audiovisive.

Le violazioni contestate sono state riscontrate in diverse giornate (10,12 e 16 febbraio 2025) oggetto di monitoraggio in cui è andato in onda il predetto programma "*Beker on Tour – Pinzano al Tagliamento*". Le telepromozioni hanno riguardato, in particolare, i prodotti vinicoli "*Ronco Margherita, vino bianco e rosso*" realizzate dal produttore insieme al conduttore, senza l'apposita dicitura "*Messaggio promozionale*" e impropriamente classificate come "*Inserimento di prodotti*". Gli episodi, della durata di circa 3-4 minuti, sono stati riscontrati in più versioni del programma, e nelle relative repliche trasmesse nelle suddette giornate in diverse fasce orarie (a titolo esemplificativo: 02:04:53 – 02:08:20; 08:15:08 – 08:18:32; 12:24:24 – 12:27:34; 23:42:43 – 23:45:05).

Con riferimento alla seconda fattispecie di presunte violazioni riscontrate, inerenti la

presenza di contenuti di tipo pubblicitario nell'ambito di programmi in assenza di idonei e conformi elementi di segnalazione, le presunte violazioni riguardano due distinti programmi:

- i. il programma *“Italpress Hi Tech Innovazione”*, prodotto dall'agenzia giornalistica Italpress, e andato in onda il 12, il 13 (in due distinte repliche) ed il 16 febbraio: trattasi di un apparente rotocalco informativo sulle nuove tecnologie composto da tre servizi. In particolare, il secondo servizio, dedicato all'azienda *“Cabolo”*, alterna interviste ai rappresentanti aziendali a filmati da carattere marcatamente promozionale, dal momento che includono riferimenti espliciti ai marchi e insistenti inquadrature del logo e dei prodotti, utilizzano stile narrativo, grafica e montaggio tipici della comunicazione commerciale, non risultando giustificate da esigenze narrative coerenti con il contesto informativo. Tali modalità configurano, pertanto, di fatto, una *“pubblicità occulta”*, in quanto inseriscono in modo artificioso elementi volti a promuovere beni e servizi, senza alcuna segnalazione ottica o acustica che ne renda riconoscibile la natura promozionale.
- ii. Nel secondo caso, il programma *“La bussola del risparmio – Change”*, andato in onda il 14 ed il 16 febbraio, condotto da un consulente finanziario, tratta temi economici in modo divulgativo e tendenzialmente neutrale. Tuttavia, durante la trasmissione compare ripetutamente in sovraimpressione la scritta, per complessivi circa 1 minuto e 15 secondi su 6 minuti di durata, che indica il nome, qualifica e indirizzo e-mail aziendale del *“private banker”* chiaramente riferibile a uno specifico Gruppo finanziario, che non risulta in alcun modo giustificata da alcuna esigenza narrativa o informativa coerente con il contenuto del programma. Al contrario, l'indicazione dell'e-mail con dominio societario e la sua reiterazione configurano un carattere promozionale occulto, in quanto eccedono le normali informazioni di servizio e sembrano finalizzate a promuovere l'attività professionale del consulente.

2. Deduzioni della società

La società ha presentato in data 28 aprile 2025 (prot. n. 3488/A) scritti difensivi, in cui sostanzialmente sostiene:

- i. di aver sempre apposto correttamente la dicitura di *“inserimento di prodotto”* durante la messa in onda del programma *“Beker on Tour”*, come richiesto dalla normativa, respingendo la contestazione secondo cui questa non sarebbe stata presente in modo compiuto. Inoltre, contesta la qualificazione dei contenuti come *“telepromozioni”*, ritenendo che si tratti di semplici spazi di presentazione di prodotti tipici regionali, coerenti con il taglio divulgativo del programma culinario e privi di elementi commerciali (assenza di prezzi, modalità di acquisto o indicazioni di vendita). Sottolinea, inoltre, che il presentatore non è un produttore ma il Direttore di un'associazione di allevatori che, come tale, rafforza la finalità di valorizzazione territoriale del programma.

- ii. Per ciò che concerne il programma *“Italpress Hi Tech Innovazione”*, la società ribadisce che i servizi contestati sono puramente giornalistici, fondati sul diritto di cronaca costituzionalmente garantito, con finalità di interesse pubblico e continenza espressiva. La presenza di riferimenti all’azienda e ai suoi prodotti sarebbe funzionale a fornire un’informazione completa sulle innovazioni tecnologiche, senza contenuti o toni di natura pubblicitaria o commerciale.
- iii. Infine, nel programma *“La bussola del risparmio – Change”*, l’indicazione del nome, qualifica e contatto e-mail del consulente finanziario è, secondo la società, un elemento necessario per garantire completezza, autorevolezza e trasparenza dell’informazione economico-finanziaria, anche per gli spettatori che si sintonizzano a trasmissione già iniziata. La ripetizione del dato viene giustificata come misura di chiarezza, mentre la presenza del dominio aziendale nell’indirizzo e-mail non costituirebbe in alcun modo pubblicità, data la sua forma tecnica e di difficile memorizzazione.

3. Valutazioni dell’Autorità

All’esito di ogni documentazione istruttoria, questa Autorità, ritiene accertata l’inosservanza delle disposizioni contestate e accoglie la proposta del CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia di irrogare una sanzione pecuniaria nei confronti della società TELEFRIULI S.p.A. - fornitore dei servizi di media audiovisivi lineari in ambito locale con il marchio editoriale “TELEFRIULI”, per la violazione delle disposizioni di cui agli articoli 43, comma 1, lettera a), 44, comma 1 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, dell’art. 13, comma 3, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, nonché dell’articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell’allegato “A” alla delibera n. 538/01/CSP .

Dalle verifiche condotte emergono, infatti, plurime criticità riconducibili all’assenza o all’inadeguata evidenziazione della natura promozionale dei contenuti diffusi, con particolare riferimento a interruzioni non giustificate del filone narrativo, spazi redazionali artificiosamente dedicati alla presentazione di prodotti e reiterate inquadrature di marchi e segni distintivi. Tali modalità espositive risultano, pertanto, non conformi ai principi di trasparenza, distinzione e riconoscibilità della comunicazione commerciale audiovisiva sanciti dal vigente quadro normativo di settore, esponendo gli utenti a un potenziale pregiudizio in termini di corretta percezione della natura pubblicitaria della programmazione oggetto di valutazione da parte del CO.RE.COM. In particolare, si rileva che la questione relativa all’apposizione della dicitura *“inserimento di prodotti”* all’interno del programma *“Beker on Tour”* risulta, come già puntualmente evidenziato dal Comitato, solo parzialmente pertinente rispetto al profilo centrale della contestazione, che attiene piuttosto alla mancata indicazione esplicita della dicitura *“messaggio promozionale”* prevista dalla disciplina di settore per garantire la piena riconoscibilità dei contenuti a carattere commerciale. Nondimeno, si conferma quanto già accertato in sede di verifica, ossia che la dicitura indicativa dell’inserimento di prodotti non risulta apposta in modo costante ed uniforme, come chiaramente riscontrabile nella puntata del 16 febbraio 2025, in cui al rientro dal *break*

pubblicitario la scritta risulta del tutto assente.

Con riguardo al merito delle violazioni riscontrate, si osserva che la stessa società, nelle proprie controdeduzioni, ammette espressamente l'inserimento di un *“breve spazio di presentazione dei prodotti tipici”* delle diverse aree territoriali di riferimento. Tale scelta editoriale appare in evidente contrasto con la tesi difensiva fondata sulla qualificazione di tali inserimenti come *product placement*, giacché quest'ultimo, per assumere i requisiti di legittimità previsti dal quadro normativo vigente, deve avvenire in modo meramente accessorio, neutro e coerente con lo sviluppo narrativo dell'opera audiovisiva, senza determinare cesure narrative né attribuire rilievo autonomo ai prodotti stessi. La predisposizione di uno spazio apposito, strutturalmente distinto dal contesto redazionale, risulta, al contrario, pienamente riconducibile alla fattispecie di *telepromozione*, come definita dall'articolo 3, comma 1, lettera vv), del d.lgs. 8 novembre 2021, n. 208, e pertanto avrebbe dovuto essere correttamente segnalata come tale.

Emblematico, sotto questo profilo, è il caso relativo alla presentazione dei vini dell'azienda *“Ronco Margherita”*, ove si riscontra una netta interruzione del flusso narrativo: la sequenza passa dalla preparazione del piatto in esterno alla visita all'interno della cantina vinicola, per poi riprendere il racconto gastronomico nel contesto originario. Tale discontinuità spaziale e narrativa evidenzia inequivocabilmente l'intento promozionale dell'inserimento, contraddicendo le argomentazioni della società circa un presunto e generico abbinamento culinario. Analogo rilievo si deve muovere alla presentazione del formaggio *“Montasio”*: nonostante la società sostenga l'assenza di riferimenti a marchi specifici, il *brand* risulta, di fatto, costantemente inquadrato in modo tale da garantirne la piena riconoscibilità, rafforzando l'impatto promozionale dell'inserimento.

Per quanto concerne il programma *Italpress Hi Tech Innovazione*, si precisa che il Comitato non ha in alcun modo contestato l'esercizio del diritto di cronaca o la libera determinazione dell'emittente nella scelta dei contenuti editoriali. La criticità rilevata investe esclusivamente le modalità realizzative dei servizi, caratterizzati dall'inserimento di contributi audiovisivi a chiaro contenuto promozionale, con interviste a soggetti portatori di interessi diretti (quali *CEO* e *Managing Director*) e inquadrature ripetute e insistenti dei marchi aziendali e dei relativi prodotti. Tali elementi configurano, nel loro complesso, una rappresentazione dotata di valenza commerciale, priva tuttavia degli opportuni accorgimenti idonei a garantirne la riconoscibilità come comunicazione pubblicitaria, con conseguente configurabilità della fattispecie di pubblicità occulta di cui all'art. 43 del medesimo decreto.

Infine, in relazione al programma *“La bussola del risparmio – Change”*, si evidenzia come la reiterata sovraimpressione del nominativo del consulente finanziario, accompagnato da un indirizzo di posta elettronica recante un dominio inequivocabilmente riferibile a un noto Gruppo bancario, appaia sproporzionata rispetto alle esigenze di corretta informazione del pubblico. La giustificazione addotta dall'emittente – ossia la necessità di informare anche gli utenti che si fossero

sintonizzati a trasmissione già iniziata – non risulta congruente, atteso che sarebbe stato sufficiente ricorrere a una segnalazione all’inizio e in chiusura del programma. Peraltro, la circostanza, confermata dalle fonti disponibili (sito personale del consulente), che lo stesso operi stabilmente quale Private Banker per Finecobank, acuisce le perplessità circa la finalità effettiva di tale indicazione, che si presta a ingenerare confusione tra finalità meramente informative e contenuti potenzialmente promozionali, in violazione del principio di separazione e trasparenza della comunicazione commerciale.

CONSIDERATO che l’art. 43, comma 1, lett. a) del d.lgs. n.208 dell’8 novembre 2021 stabilisce che *“le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere prontamente riconoscibili come tali e sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte”*;

CONSIDERATO che l’art. 44, comma 1 del d.lgs. n. 208 dell’8 novembre 2021 afferma 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 acustici o spaziali”*;

CONSIDERATO che l’art. 13, comma 3, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581 stabilisce che *“le telepromozioni devono essere riconoscibili come tali ed essere distinte dal resto del programma mediante la scritta “messaggio promozionale” per tutta la loro durata”*;

CONSIDERATO che l’articolo 3, commi 1 e 2 della delibera n. 538/01/CSP sanciscono che *“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 [...]”, e che “le emittenti televisive sono tenute a inserire sullo schermo, in modo chiaramente leggibile, la scritta pubblicità o televendita, rispettivamente nel corso della trasmissione del messaggio pubblicitario o della televendita”, e che il comma 7 del medesimo articolo stabilisce, altresì che “E’ vietata la pubblicità clandestina e che comunque utilizzi tecniche subliminali”*;

RITENUTA, pertanto, 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. 67, commi 2, lett. a), e 5, del d.lgs. n. 208/2021;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare la sanzione per la violazione rilevata nella misura corrispondente al doppio del minimo edittale pari a euro 2.066,00 (duemilasessantasei/00) al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto e che in tale commisurazione rilevano altresì i seguenti criteri, di cui all’art. 11 della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

Il comportamento posto in essere dalla società sopra menzionata deve ritenersi di

elevata entità, in considerazione della rilevazione, rispetto all'intera settimana oggetto di monitoraggio, di non isolati episodi di violazione delle disposizioni normative sopra specificate, tali da comportare significativi effetti pregiudizievoli a danno dei telespettatori.

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

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

C. Personalità dell'agente

La società, in quanto titolare di autorizzazione alla fornitura di servizio media audiovisivo in ambito locale, deve essere dotata di un'organizzazione interna, anche di controllo, idonea a garantire il pieno rispetto del quadro legislativo e regolamentare vigente.

D. Condizioni economiche dell'agente

Con riferimento alle condizioni economiche dell'agente, si ritiene che esse siano tali da giustificare la misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente atto. In particolare, dalla consultazione della banca dati "Telemaco" del Registro delle Imprese, i cui dati si riferiscono al bilancio ordinario del 2024, risultano (voce A1 del conto economico) ricavi pari a 1.638.531 euro e un utile di esercizio;

CONSIDERATO che ai sensi dell'art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689 *"salvo che sia diversamente stabilito dalla legge, chi con un'azione od omissione viola diverse disposizioni che prevedono sanzioni amministrative o commette più violazioni della stessa disposizione, soggiace alla sanzione prevista per la violazione più grave, aumentata sino al triplo"*;

RILEVATO che, ai sensi del punto B.1, comma 9, della delibera 265/15/CONS, *"ove la condotta illecita sia unitaria (seppur frazionata nel tempo) e sia violata più volte la medesima norma, potrà trovare applicazione il cosiddetto "cumulo giuridico" delle sanzioni previsto dalla norma (art. 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689), da cui deriva l'irrogazione di un'unica sanzione il cui importo è modulato tenendo conto di tutte le circostanze del caso (ivi compresa, soprattutto, la plurioffensività della condotta ed il suo protrarsi nel tempo)"*;

CONSIDERATO che, nel caso concreto, infatti, ricorre il c.d. concorso formale di illeciti, in quanto la messa in onda, seppur frazionata nel tempo/ripetuta in un preciso e ridotto arco temporale, delle medesime comunicazioni commerciali audiovisive, ha comportato in capo alla società Telefriuli S.p.A. la commissione con una sola azione di più violazioni della medesima disposizione normativa;

RITENUTO, per l'effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura corrispondente al doppio del minimo edittale della sanzione stessa previsto per la singola violazione più grave pari a 2.066,00 (duemilasessantasei/00) aumentata del triplo, pari a euro 6.198,00

(seimilacentonovantotto/00) secondo il principio del cumulo giuridico delle sanzioni, di cui all'articolo 8 della legge 24 novembre 1981 n. 689;

UDITA la relazione del Commissario Massimiliano Capitanio, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

ACCERTA

La violazione delle disposizioni di cui agli articoli 43, comma 1, lettera a), 44, comma 1 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, dell'art. 13, comma 3, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581, nonché dell'articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell'allegato "A" alla delibera n. 538/01/CSP;

ORDINA

Alla società TELEFRIULI S.p.A. - fornitore dei servizi di media audiovisivi lineari in ambito locale con il marchio editoriale "TELEFRIULI", con sede legale in via Nazionale, 120 - 33010 Tavagnacco (UD) – C.F. 01313840306, di pagare la sanzione amministrativa di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00), al netto di ogni altro onere accessorio eventualmente dovuto, ai sensi dell'art. 45, comma 8, d.lgs. n. 208/21, nei termini descritti in motivazione;

INGIUNGE

alla citata società di versare entro 30 giorni dalla notifica del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell'art. 27 della citata legge n. 689/81 - fatta salva la facoltà di chiedere il pagamento rateale della sanzione ai sensi dell'art. 26 della legge 24 novembre 1981 n. 689 in caso di condizioni economiche disagiate - la somma di euro 6.198,00 (seimilacentonovantotto/00) alla Sezione di tesoreria provinciale dello Stato, avente sede a Roma, utilizzando il bollettino c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2380 capo X bilancio di previsione dello Stato, evidenziando nella causale "*Sanzione amministrativa irrogata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n.76/25/CSP*" ovvero, in alternativa, indicando la medesima causale, utilizzando il codice IBAN: IT55X0100003245BE00000000VE per l'imputazione della medesima somma al capitolo 2380, capo X, mediante conto corrente bancario dei servizi di Tesoreria provinciale dello Stato.

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.76 /25/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.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Roma, 23 luglio 2025

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella