

DELIBERA N.7/26/CSP

ORDINANZA-INGIUNZIONE NEI CONFRONTI DELL'ASSOCIAZIONE "TRY LAIM CLUB TELEVISION APS E ODV", FORNITORE DEL SERVIZIO DI MEDIA AUDIOVISIVO LINEARE IN AMBITO LOCALE CON MARCHIO "TRY LIME" (LCN 97), PER LA VIOLAZIONE DEGLI ARTICOLI 43, COMMA 1, LETTERA A), E 44, COMMA 1, DEL DECRETO LEGISLATIVO 8 NOVEMBRE 2021, N. 208, IN COMBINATO DISPOSTO CON L'ARTICOLO 3, COMMI 1, 2 E 7, DELL'ALLEGATO "A" ALLA DELIBERA AGCOM N. 538/01/CSP E CON L'ARTICOLO 13, COMMA 3, DEL DECRETO DEL MINISTERO DELLE POSTE E DELLE TELECOMUNICAZIONI 9 DICEMBRE 1993, N. 581; NONCHÉ DEGLI ARTICOLI 46, COMMA 1, LETTERA C), E COMMA 5, DEL DECRETO LEGISLATIVO 8 NOVEMBRE 2021, N. 208, IN COMBINATO DISPOSTO CON L'ARTICOLO 4, COMMI 1, 2 E 5, E CON L'ARTICOLO 7, COMMA 1, DEL DECRETO DEL MINISTERO DELLE POSTE E DELLE TELECOMUNICAZIONI 9 DICEMBRE 1993, N. 581.

**(CONTESTAZIONE CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA N. 06/25
PROC. N. 29/25/MRM)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 9 febbraio 2026;

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"*;

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 regionale 11 aprile 2001, n. 11, recante *"Norme in materia di comunicazione, di emittenza radiotelevisiva locale ed istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni del Friuli Venezia Giulia (Co.Re.Com.)"*;

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;

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

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

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, 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*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/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*”, 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 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 il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 [...] relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative [...] concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi*”;

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, 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, mediante la quale si conviene che a decorrere dal 1° gennaio 2023 l’Autorità delega al Co.re.com determinate funzioni di vigilanza;

VISTO il “*Compendio di procedure operative*”, approvato dal Consiglio dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in data 3 maggio 2023;

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.

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Fatto e contestazione

Il CO.RE.COM. Friuli Venezia Giulia, nell’ambito dell’esercizio delle funzioni di vigilanza sulle trasmissioni televisive ad esso delegate dall’Autorità, ha accertato la



sussistenza di una condotta rilevante per l'avvio di un procedimento sanzionatorio e ha emesso, nei confronti dell'associazione "Try Laim Club Television Aps e Odv", fornitore di servizi di media audiovisivi lineari in ambito locale con il marchio editoriale "Try Lime", l'atto di contestazione n. 06/2025, adottato in data 30 settembre 2025 (prot. n. 7836/P) e notificato nella medesima data, con il quale il CO.RE.COM. ha contestato la violazione delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di riconoscibilità del messaggio pubblicitario e sponsorizzazioni di cui agli articoli 43, comma 1, lettera a), e 44, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, in combinato disposto con l'articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell'allegato "A" alla delibera n. 538/01/CSP e con l'articolo 13, comma 3, del decreto del ministero delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581; nonché degli articoli 46, comma 1, lettera c), e comma 5, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, in combinato disposto con l'articolo 4, commi 1, 2 e 5, e con l'articolo 7, comma 1, del decreto del ministero delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581.

Dagli esiti dell'istruttoria condotta dal CO.RE.COM. Friuli-Venezia Giulia risulta che il Comitato, acquisite le registrazioni dei programmi trasmessi dall'associazione Try Laim Club Television Aps e Odv con il marchio "Try Lime" nel periodo 06– 12 luglio 2025, (Cfr. nota prot. n. 6383/P del 4 agosto 2025), ha contestato le suddette inosservanze in relazione alla verifica del rispetto della normativa in materia di riconoscibilità del messaggio pubblicitario e sponsorizzazioni.

Specificatamente, dall'analisi della programmazione trasmessa nella settimana oggetto di monitoraggio sono emerse plurime violazioni riconducibili a tre macro-fattispecie:

- I. l'inserimento di contenuti pubblicitari all'interno di programmi o in prossimità degli stessi in assenza di adeguati elementi di segnalazione ottica, acustica o spaziale, tali da garantirne la chiara riconoscibilità e distinguibilità rispetto al contenuto editoriale;
- II. la trasmissione di comunicazioni commerciali qualificabili come *spot* di telepromozione, prive dei necessari presidi visivi di identificazione;
- III. la diffusione di notiziari sponsorizzati con modalità eccedenti i limiti normativi previsti per le sponsorizzazioni.

I. Contenuti pubblicitari non adeguatamente segnalati

Le fattispecie oggetto di istruttoria da parte del CO.RE.COM. risultano violative delle norme del TUSMAR, che impongono la chiara distinguibilità delle comunicazioni commerciali dal contenuto editoriale mediante mezzi ottici, acustici o spaziali. Tali violazioni riguardano tre distinti elementi di palinsesto:

nel programma "*Buongiorno Italia – Live*", caratterizzato da un dialogo tra due conduttori inserito in una cornice grafica con intermezzi musicali, è stata rilevata la presenza continuativa in sovrimpressione di due loghi statici ("*Foto Mauro*" e "*Sax Pub*"), dotati di inequivocabile natura commerciale. Tali loghi, configurabili come forme di comunicazione pubblicitaria isolate, avrebbero dovuto essere chiaramente identificati

mediante la dicitura “pubblicità”, obbligo che non risulta rispettato. Gli episodi sono stati rilevati nella giornata del 6 luglio 2025, in numerosi intervalli orari distribuiti lungo l’intera durata della trasmissione, con esposizione continuativa dei loghi per ciascun segmento monitorato.

Nel programma “*MES Trofei Moto Estate*”, dedicato a una competizione motociclistica, è stata riscontrata la presenza reiterata di sovraimpressioni animate recanti loghi commerciali (tra cui Shgroup.it, PBQ, Harmsco, Bell e Pirelli). Anche in questo caso, pur trattandosi di messaggi pubblicitari, non è mai comparsa la dicitura “pubblicità”, in violazione delle disposizioni sulla riconoscibilità delle comunicazioni commerciali. Gli episodi sono stati rilevati l’8 luglio 2025 in diversi momenti della trasmissione.

È stata inoltre rilevata, prima e dopo il programma di approfondimento sportivo “*Golf Television*” e relative repliche, la trasmissione di *spot* pubblicitari privi di qualsiasi elemento di segnalazione. In particolare, prima della sigla di apertura e immediatamente dopo la sigla di chiusura sono stati collocati *spot* della durata di circa 30 secondi, caratterizzati da un marcato taglio promozionale di prodotti e servizi (tra cui scarpe OMW), non preceduti da avvisi ottici o acustici e privi della dicitura “pubblicità”. Tali episodi sono stati rilevati nelle giornate del 7, 10 e 12 luglio 2025, in più fasce orarie.

II. Spot di telepromozione privi di identificazione

Con riferimento alla seconda tipologia di violazioni, è stata accertata la trasmissione, con cadenza generalmente quotidiana, di più comunicazioni di natura commerciale riconducibili alla categoria degli *spot* di telepromozione, trasmessi come spazi autonomi del palinsesto, non preceduti da sigle o messaggi testuali di segnalazione. L’elusione della disciplina di settore, anche regolamentare, ha, così indotto il telespettatore a percepire il messaggio come contenuto editoriale,

In particolare:

- a) “*Resonance – Opere sonore*” si configura come uno spazio di presentazione commerciale sviluppato attraverso un dialogo tra il conduttore e un interlocutore che, nel corso della trasmissione, si identifica come titolare dell’azienda oggetto di promozione;
- b) “*Due minuti un libro*” è uno spazio promozionale della durata di due minuti, preceduto da un breve *claim* di dieci secondi che rimanda al sito www.dueminutiunlibro.it, portale dedicato alla promozione di autori tramite servizi verosimilmente a pagamento. Lo slogan introduttivo invita esplicitamente gli autori a utilizzare la piattaforma e introduce la presentazione del libro oggetto della telepromozione;
- c) uno spazio dedicato alla promozione di un libro dell’autrice Giulia Di Marino, strutturato come dialogo tra il conduttore e l’autrice, nel corso del quale è stato rilevato un esplicito invito all’acquisto del volume “*Ai confini del mondo*”, con dichiarata finalità commerciale, indicazione dell’editore (Mondadori), disponibilità sugli store digitali e nelle librerie fisiche, nonché inquadratura della

locandina promozionale.

Tali spazi sono stati trasmessi nelle giornate dal 6 al 12 luglio 2025, in molteplici fasce orarie, comprendendo anche repliche,

III . Sponsorizzazioni non conformi alle norme nei notiziari

Infine, con riferimento alla terza tipologia di violazioni, sono stati rilevati notiziari sponsorizzati contrassegnati come “*RDE News*”. Prima della sigla di apertura e in coda ai notiziari è stata riscontrata la presenza di annunci introdotti dalla formula “*RDE News, un appuntamento offerto da KC Ponteggi*”.

Tali sponsorizzazioni non si limitano alla mera citazione del nome e/o del logotipo dello *sponsor*, ma includono un vero e proprio video di presentazione dei prodotti e servizi dell’impresa, con contenuto promozionale che appare non conforme alla disciplina vigente. In particolare, oltre al divieto di sponsorizzazione dei notiziari, la normativa impone che eventuali riferimenti allo *sponsor* si limitino a informare il pubblico dell’esistenza del rapporto di sponsorizzazione entro un tempo massimo di 8 secondi, a fronte dei 15 secondi effettivamente riscontrati. Da un lato, infatti, il legislatore ha inteso vietare espressamente la sponsorizzazione dei notiziari; dall’altro, ha imposto che la sponsorizzazione si limiti alla mera indicazione del rapporto con lo *sponsor*, entro limiti temporali e senza contenuti promozionali.

A conclusione dell’ istruttoria, il CO.RE.COM. Friuli-Venezia Giulia, con nota del 0512/2025 (Cfr. prot.n. 0313133) ha trasmesso gli atti del procedimento all’Autorità confermando quanto emerso nella fase istruttoria e proponendo l’irrogazione di una sanzione amministrativa pecuniaria per violazione della normativa in materia di riconoscibilità del messaggio pubblicitario e sponsorizzazioni.

2. Deduzioni dell’ Associazione

In data 30 ottobre 2025, l’Associazione “Try Laim Club Television Aps e Odv” ha trasmesso proprie memorie difensive mediante nota scritta, acquisita al protocollo n. 8809/A del 31 ottobre 2025 nella quale ha svolto argomentazioni che sono risultate non attinenti all’oggetto della contestazione, chiedendo contestualmente una proroga di 20 giorni per poter fornire ulteriori chiarimenti in relazione alle attività svolte.

A seguito di tale richiesta, il Comitato, con nota del 5 novembre 2025, prot. n. 8907/P, ha ritenuto di accogliere solo parzialmente l’istanza di proroga, concedendo all’associazione 10 giorni aggiuntivi, in luogo dei 20 richiesti, e individuando nel 14 novembre 2025 il nuovo termine finale per la presentazione di ulteriori memorie difensive, ritenuto congruo e sufficiente per rappresentare compiutamente eventuali elementi utili e pertinenti rispetto alle contestazioni formulate.

Nonostante tale proroga, poiché l’Associazione in parola non ha fatto pervenire ulteriori memorie né ulteriori elementi difensivi, il Co.Re.Com. Friuli-Venezia Giulia, ha acquisito le memorie già trasmesse con la citata nota del 30 ottobre 2025 ma valutate, come precedentemente evidenziato, del tutto inconferenti rispetto all’oggetto della contestazione.

3. Valutazioni dell'Autorità

Ad esito di ogni valutazione istruttoria, questa Autorità decide di procedere nei confronti dell'associazione "Try Lime Club Television Aps e Odv" alla comminazione della sanzione per la violazione delle disposizioni contenute negli articoli 43, comma 1, lettera a), e 44, comma 1, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, in combinato disposto con l'articolo 3, commi 1, 2 e 7, dell'allegato "A" alla delibera n. 538/01/CSP e con l'articolo 13, comma 3, del decreto del ministero delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581; nonché degli articoli 46, comma 1, lettera c), e comma 5, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, in combinato disposto con l'articolo 4, commi 1, 2 e 5, e con l'articolo 7, comma 1, del decreto del ministero delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581.

Si rileva, infatti, quanto segue.

Gli scritti difensivi presentati dall'Associazione "Try Laim Club Television Aps e Odv" risultano del tutto inconferenti, in quanto non affrontano in alcun modo i profili di violazione contestati, né apportano elementi di fatto o di diritto idonei a confutare o chiarire le condotte oggetto del procedimento.

Inoltre, pur a fronte della proroga concessa dal Comitato al fine di consentire un pieno esercizio del diritto di difesa, l'Associazione non ha presentato ulteriori scritti difensivi, né entro il termine prorogato né successivamente, con conseguente definizione del procedimento sulla base degli elementi istruttori disponibili.

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 43, comma 1, lettera a), del TUSMAR: "1. *Le comunicazioni commerciali audiovisive fornite dai fornitori di servizi di media soggetti alla giurisdizione italiana rispettano le seguenti disposizioni: a) Le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere prontamente riconoscibili come tali e sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte*";

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 44, comma 1, del TUSMAR: "*La pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili e distinguibili dal contenuto editoriale. Senza pregiudicare l'uso di nuove tecniche pubblicitarie, la pubblicità televisiva e le televendite devono essere tenute nettamente distinte dal resto del programma con mezzi ottici ovvero acustici o spaziali*";

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 3, commi 1, 2 e 7 dell'allegato A alla delibera Agcom 538/01/CSP: "1. *La pubblicità e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili come tali e distinguersi nettamente dal resto della programmazione attraverso l'uso di mezzi di evidente percezione, ottici nei programmi televisivi, o acustici nei programmi radiofonici, inseriti all'inizio e alla fine della pubblicità e/o della televendita*" 2. *"Le emittenti televisive sono tenute a inserire sullo schermo, in modo chiaro leggibile, la scritta pubblicità o televendita rispettivamente nel coso della trasmissione del messaggio pubblicitario, o della televendita; 7. È vietata la pubblicità clandestina e che comunque utilizzi tecniche subliminali.*"

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 13, comma 3, del decreto ministeriale



9 dicembre 1993, n. 581: *“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, ai sensi dell'art. 4, commi 1, 2, 5, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581: *“1. La sponsorizzazione di programmi televisivi può esprimersi esclusivamente negli inviti all'ascolto e nelle offerte di programma che precedono immediatamente il programma stesso nonché nei ringraziamenti per l'ascolto o simili effettuati al termine del programma (c.d. «billboards»), accompagnati dalla sola citazione di nome e/o logotipo di una o più imprese, diverse dalla concessionaria, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste. 2. Sono altresì consentiti i preannunci o inviti all'ascolto, ciascuno di durata non superiore a otto secondi, di programmi dei quali sia prevista la trasmissione da parte della concessionaria in un tempo successivo (cosiddetti "promos"), accompagnati dalla sola citazione di nome e/o logotipo dello sponsor, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di questo. I preannunci o inviti all'ascolto non possono superare il numero di tre per ciascun programma diffuso da concessionari in ambito nazionale. 5. Fatto salvo quanto precisato nell'art. 6, ogni forma di comunicazione promozionale che presenti contenuto diverso o ulteriore o comunque modalità differenti, rispetto a quanto indicato nei precedenti commi, è da considerare messaggio pubblicitario ai fini dell'applicazione dell'art. 8 della legge 6 agosto 1990, n. 223.”*;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del decreto ministeriale 9 dicembre 1993, n. 581: *“I telegiornali ed i giornali radio di cui al comma 1 dell'art. 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223, e comunque i notiziari radiotelevisivi di carattere politico, economico e finanziario non possono essere sponsorizzati.”*;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 46, comma 1, lettera c), del TUSMAR: *“1. I servizi di media audiovisivi o i programmi sponsorizzati devono rispondere ai seguenti criteri: c) “non devono stimolare all'acquisto o al noleggio dei prodotti o servizi dello sponsor o di un terzo, specialmente facendo riferimenti specifici di carattere promozionale a detti prodotti o servizi.”*;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'art. 46, comma 5, del TUSMAR: *“È vietata la sponsorizzazione di telegiornali, radiogiornali e notiziari di carattere politico.”*;

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;

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, 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 all’associazione Try Laim Club Television Aps e Odv la commissione con una sola azione di più violazioni della medesima disposizione normativa;

RITENUTO, per le ragioni precisate, di dover determinare quale base di calcolo per l’applicazione del cumulo giuridico la sanzione per la violazione rilevata nella misura corrispondente al minimo edittale pari a euro 1.033,00 (milletrentatre/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 dall’associazione sopra menzionata deve ritenersi di media 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

L’associazione non ha, di fatto, dimostrato di aver posto adeguate azioni ai fini dell’eliminazione o dell’attenuazione delle conseguenze dannose.

C. Personalità dell’agente

L’associazione, 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

Sulla base degli elementi già in possesso di questa Autorità, si ritiene sussistente il presupposto per l’irrogazione della sanzione pecuniaria nella misura sopra indicata, avuto riguardo alla rilevata situazione economica sfavorevole dell’associazione *de qua*;

RITENUTO, per l’effetto, di dover determinare la sanzione per la violazione delle disposizioni normative contestate nella misura corrispondente al minimo edittale della

sanzione stessa previsto per la singola violazione più grave pari a euro 1.033,00 aumentata del triplo pari a euro 3.099,00 (tremilanovantanove/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*;

ORDINA

All'ASSOCIAZIONE TRY LAIM CLUB TELEVISION fornitore del servizio di media audiovisivo in ambito locale TRY LIME, con sede legale in Piazza Zorutti 15 - S. Giovanni al Natisone (UD) – C.F. 02304910306, di pagare la sanzione amministrativa di euro 3.099,00 (tremilanovantanove/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 Associazione di versare, entro 30 giorni dalla notifica del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi ai sensi dell'art. 27 della 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 3.099,00 (tremilanovantanove/00) alla Tesoreria dello Stato, con sede in Roma, con imputazione al capitolo 2380, capo X, del bilancio di previsione dello Stato, indicando nella causale «Sanzione amministrativa irrogata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 7/26/CSP», utilizzando il codice IBAN IT55X0100003245BE00000000VE per il versamento mediante conto corrente bancario dei servizi di Tesoreria provinciale dello Stato, con imputazione al medesimo capitolo e indicazione della medesima causale.

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. 7/26/CSP*”.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

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

Roma, 9 febbraio 2026



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella