



## **VADEMECUM PER LE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI**

anche analogiche

A cura dell'Ufficio di Gabinetto dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

*\*Prima revisione a seguito della entrata in vigore del Decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44.*

Ed. maggio 2010



<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>3</b>
<b><i>1. Le aree di monitoraggio .....</i></b>	<b><i>5</i></b>
<b>1.1. Obblighi di programmazione .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Tutela dei minori .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Garanzia dell'utenza .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. Pubblicità .....</b>	<b>8</b>
1.4.1. Limiti di affollamento .....	9
1.4.2. Posizionamento della pubblicità: .....	10
1.4.3. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario .....	11
1.4.4. Divieti assoluti .....	11
<b>1.5. Pluralismo socio-politico.....</b>	<b>12</b>
<b><i>2. Il regime sanzionatorio .....</i></b>	<b><i>13</i></b>
<b>NORMATIVA DI RIFERIMENTO.....</b>	<b>14</b>



## **INTRODUZIONE**

Allo scopo di assicurare le esigenze di decentramento sul territorio di alcune delle funzioni proprie dell'Autorità, l'articolo 1, comma 13 della legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "*Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*", dispone che i Comitati regionali per le comunicazioni (di seguito Co.re.com.) operino come organi funzionali dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Ad oggi tutte le Regioni hanno emanato le leggi di istituzione dei propri Co.re.com. e, ad eccezione della Sardegna, provveduto a nominarne i Presidenti e i componenti.

A seguito dell'intesa con la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome, il 25 giugno 2003 è stato approvato e sottoscritto un Accordo quadro, ora sostituito dal quello sottoscritto il 4 dicembre 2008, con il quale le parti hanno ribadito i principi generali concernenti l'esercizio delle funzioni delegate in tema di comunicazioni, individuato le materie delegabili e i programmi di attività, rinviando a singole convenzioni per la disciplina dei rapporti tra l'Autorità e gli Organi locali competenti come individuati dalle leggi regionali.

L'intesa raggiunta con il primo Accordo-quadro ha consentito il decentramento sul territorio di 19 Regioni - Abruzzo, Basilicata, Prov. Aut. Bolzano, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Toscana, Prov. Aut. Trento, Umbria, Valle d'Aosta e Veneto, delle funzioni di vigilanza in materia di tutela dei minori, con riferimento al settore radiotelevisivo locale.

Inoltre, con il successivo Accordo-quadro del 2008 le funzioni delegabili sono state integrate con la vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale, mediante il monitoraggio delle trasmissioni dell'emittenza locale. Tali ultime funzioni sono state delegate con decorrenza 1° ottobre 2009 ai Co.re.com. Friuli Venezia Giulia, Puglia ed Emilia Romagna, e con decorrenza 1° gennaio 2010, ai Co.re.com. Lombardia, Toscana, Umbria, Trento, Calabria e Lazio.

Le materie di cui ai punti precedenti sono delegate ai Comitati mediante specifiche convenzioni bilaterali. Inoltre, l'Agcom ha emanato delle linee guida per l'esercizio delle funzioni delegate ai Co.re.com. che garantiscono l'armonizzazione del sistema, ferma restando la funzione di coordinamento e di indirizzo in capo all'Autorità, e favoriscono l'applicazione uniforme delle funzioni stesse su tutto il territorio nazionale.

In generale, la funzione di vigilanza sulle trasmissioni televisive in ambito locale è sempre stata svolta dai Co.re.com. in quanto organi funzionali dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ma solo di recente si è raggiunto il consenso politico e istituzionale per convertirla in attività sistematizzata e sono state a tal fine potenziate le strutture locali.

L'attività di monitoraggio delle emittenti locali è stata finora svolta dai Co.re.com., coerentemente con quanto disposto dalle rispettive leggi istitutive, solo sulla comunicazione politico istituzionale di interesse regionale, in particolare, nei periodi elettorali. Inoltre alcuni Co.re.com. hanno svolto e



continuano a svolgere attività di studio e ricerca, anche basati su attività di monitoraggio, su temi specifici quali quelli rientranti nel più ampio settore della tutela dei minori.

Nell'ambito dell'attività delegata, o deleganda, l'attività di vigilanza riguarda il controllo del rispetto della normativa vigente in tema di programmazione da parte delle emittenti locali, anche a seguito delle recenti modifiche introdotte dal decreto legislativo del 15 marzo 2010, n. 44, che ha innovato il Testo unico della radiotelevisione, ora "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici"<sup>1</sup>, nella fase di passaggio alle trasmissioni in tecnica digitale (rif. n. 11) e si attua attraverso il monitoraggio delle trasmissioni, la verifica del loro contenuto e l'eventuale avvio e istruzione dei procedimenti finalizzati alla sanzione delle violazioni.

Attraverso la nuova delega, l'attività di monitoraggio acquista rilevanza quale attività propedeutica per l'espletamento della funzione di vigilanza, ed è associata all'esercizio del potere istruttorio finalizzato all'eventuale adozione di provvedimenti sanzionatori da parte dell'Autorità in caso di violazione delle vigenti disposizioni.

Il vademecum vuole costituire per le emittenti televisive anche analogiche locali uno strumento riepilogativo dei principali obblighi oggetto di vigilanza da parte dei Co.re.com., e dei loro riferimenti normativi, cui adeguarsi per non incorrere nelle sanzioni disposte dalla legge.

Questo strumento e le politiche già intraprese dai Co.re.com. nei rispettivi territori testimoniano, ove necessario, che è volontà dell'Autorità e dei suoi organi funzionali instaurare con le emittenti locali un rapporto di collaborazione e promuovere una televisione di qualità.

---

<sup>1</sup> Come riportato nell'**art. 2 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici**, novellato dal decreto legislativo n. 44/2010, il **servizio di media audiovisivo** è definito, alla **lett. a)**, "un servizio quale definito agli articoli 56 e 57 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, che è sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi media e il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche. Per siffatto servizio di media audiovisivo si intende o la radiodiffusione televisiva, come definita alla lettera i) del presente articolo e, in particolare, la televisione analogica e digitale, la trasmissione continua in diretta quale il live streaming, la trasmissione televisiva su Internet quale il webcasting e il video quasi su domanda quale il near video on demand, o un servizio di media audiovisivo a richiesta, come definito dalla lettera m) del presente articolo." (...) **lett. i)**: "“**servizio di media audiovisivo lineare**” o “radiodiffusione televisiva”, un servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione simultanea di programmi sulla base di un palinsesto di programmi”. (...) **lett. m)**: "“**servizio di media audiovisivo non lineare**”, ovvero “servizio di media audiovisivo a richiesta”, un servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione di programmi al momento scelto dall'utente e su sua richiesta sulla base di un catalogo di programmi selezionati dal fornitore di servizi di media”.



## 1. Le aree di monitoraggio

A fini esclusivamente semplificativi, l'emesso è stato suddiviso in cinque aree di monitoraggio che si differenziano per "materia", fonte normativa e regime sanzionatorio. Esse sono:

1. **obblighi di programmazione**, relativa al controllo del rispetto da parte delle emittenti di tutti gli obblighi cui esse sono soggette dalla normativa vigente in tema di programmazione anche in merito alla concessione governativa di cui sono titolari;
2. **pubblicità**, relativa al controllo del rispetto da parte delle emittenti della normativa in riferimento alla trasmissione dei messaggi pubblicitari con particolare attenzione all'affollamento, al posizionamento e ai divieti;
3. **tutela dei minori**, relativa al rispetto da parte delle emittenti delle disposizioni legislative in materia e, nello specifico, dei codici di autoregolamentazione recepiti dal legislatore (Codice TV e Minori e Codice Media e Sport);
4. **garanzie dell'utenza**, relativa al rispetto da parte delle emittenti delle disposizioni legislative in materia come declinate dalla normativa regolamentare adottata dall'Autorità (pornografia, dignità della persona, rappresentazioni vicende giudiziarie);
5. **rispetto del pluralismo socio-politico**, relativo all'osservanza da parte delle emittenti dei principi generali posti a base dell'esercizio della comunicazione radiotelevisiva. Quest'area si suddivide in ulteriori due ambiti:
  - a. il rispetto del *pluralismo socio-culturale* che prevede la presenza nella programmazione dei soggetti appartenenti a diverse correnti sociali, culturali, religiose e politiche;
  - b. il rispetto del *pluralismo politico-istituzionale* che è specificamente riferito ai soggetti politici e istituzionali regolato dalle disposizioni sulla *cd par condicio*.

Nelle sezioni seguenti sono indicati i singoli obblighi e divieti, con il richiamo alla normativa riportata nella sezione "Normativa di riferimento".

### 1.1. Obblighi di programmazione

**Le emittenti anche analogiche sono obbligate a:**

- **tenere il registro dei programmi**. Il registro deve essere conforme al modello approvato dall'AGCOM (rif. n. 13) e deve essere esibito al Co.re.com. su richiesta dello stesso;
- **registrare la programmazione e conservare le registrazioni per tre mesi** (rif. n. 3, art. 20, comma 5). Le registrazioni devono essere effettuate in modalità standard, devono essere intelligibili in audio e video e riportare il logo o marchio dell'emittente, nonché data e orario di diffusione del programma registrato. Le emittenti hanno l'obbligo di consegnare al Co.re.com.



richiedente, le registrazioni per l'acquisizione delle quali il Co.re.com. può avvalersi della collaborazione del Nucleo per la Radiodiffusione e l'Editoria della Guardia di Finanza;

- trasmettere **programmi per non meno di 12 ore giornaliere e per non meno di 90 ore settimanali**, indipendentemente dalla tipologia di concessione per la radiodiffusione in tecnica analogica. Non sono considerati programmi le trasmissioni meramente ripetitive o consistenti in immagini fisse (rif. n. 8);
- conformare la propria programmazione secondo la **tipologia dell'emittente**, cioè la natura della concessione che determina i relativi obblighi (rif. n. 8); in particolare le **emittenti analogiche** sono suddivise in:
  - a. **emittenti televisive analogiche “a carattere informativo”** - Devono trasmettere, tra le ore 7:00 e le ore 23:00, programmi informativi per non meno di due ore (di cui almeno il 50% autoprodotti) su avvenimenti politici, religiosi, economici, sociali e sindacali o culturali relativi a temi ed argomenti di interesse locale. Tali programmi, per almeno la metà del tempo, devono riguardare temi ed argomenti di interesse locale e devono comprendere telegiornali o notiziari informativi, che devono essere trasmessi per almeno 5 giorni alla settimana oppure, in alternativa, per almeno 120 giorni ogni semestre;
  - b. **emittenti televisive analogiche “a carattere commerciale”** - Sono le uniche emittenti senza specifici obblighi di palinsesto e di informazione;
  - c. **emittenti televisive analogiche “a carattere comunitario”** - I soggetti titolari della concessione hanno la caratteristica dell'essere prive di scopo di lucro (associazioni riconosciute o non riconosciute, fondazioni o cooperative). Queste emittenti devono garantire una programmazione settimanale dedicata all'informazione non inferiore a 12 ore e 48 minuti, di cui almeno 6 ore e 24 minuti a servizi e notizie relative all'ambito locale. Devono, inoltre, trasmettere programmi originali autoprodotti a carattere culturale, etnico, politico e religioso pari ad almeno la metà del tempo di trasmissione irradiata fra le ore 7:00 e le ore 21:00. La pubblicità non può superare i tre minuti (5 per cento) per ogni ora di trasmissione;
  - d. **emittenti televisive analogiche “monotematiche a carattere sociale”** - Devono dedicare almeno il 70 per cento della programmazione monotematica quotidiana a temi di chiara utilità sociale quali salute, sanità e servizi sociali;
  - e. **emittenti televisive analogiche di “televendite”** - Trasmettono prevalentemente offerte dirette al pubblico, nelle modalità e nel rispetto delle norme che le regolano nel vigente ordinamento, allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi beni immobili, i diritti e le obbligazioni. Le imprese di radiodiffusione televisiva in ambito locale che si sono impegnate a trasmettere televendite per oltre l'80 per cento della propria programmazione non sono soggette a limiti di affollamento e obblighi informativi;
- esporre in sovrimpressione, in maniera sempre chiaramente verificabile, il **logo o marchio dell'emittente** durante tutte le trasmissioni.



- astenersi dal trasmettere tra le 7:00 e le 24:00 propaganda e programmi promozionali di **servizi di tipo interattivo** (linea diretta, conversazione, messengerie locali, chat line, one to one, hot line) **con numerazione telefonica a sovrapprezzo** (rif. n. 4, art. 1, comma 26);
- diffondere il medesimo contenuto su tutto il territorio per il quale è stato rilasciato il titolo abilitativo (art. 26 Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), salvo la trasmissione di programmi o messaggi pubblicitari di differenziati per non oltre un quarto delle ore di trasmissione giornaliera in relazione alle diverse aree territoriali comprese nel bacino di utenza per il quale è rilasciata la concessione o autorizzazione;
- rispettare la normativa vigente in tema di **interconnessione** (art. 29 Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), ossia trasmettere in contemporanea al massimo per dodici ore al giorno. In caso di interconnessione con canali satellitari o con emittenti televisive estere questa potrà avvenire per un tempo limitato al 50% di quello massimo stabilito per l'interconnessione.

## ***1.2. Tutela dei minori***

In applicazione dell'articolo 34 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, e dei Codici dallo stesso recepiti, le emittenti sono tenute a:

- astenersi dal diffondere trasmissioni che, anche in relazione all'orario di diffusione, nuocciano gravemente allo sviluppo **fisico, psichico e morale dei minori** o che presentino scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche, salve le norme speciali per le trasmissioni ad accesso condizionato, che impongano l'adozione di un sistema di controllo specifico e selettivo, basato sulle disposizioni ministeriali relative alla classificazione dei contenuti e sulle disposizioni regolamentari dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni relative ai sistemi di controllo dell'accesso ai contenuti.
- astenersi dal diffondere programmi lesivi della **dignità personale**, dell'immagine, dell'integrità psicofisica e della privacy dei minori: ad esempio, rispettare l'assoluto anonimato di minori autori, testimoni o vittime di reati, non utilizzare minori disabili o con gravi patologie per scopi propagandistici, non intervistare minori in situazioni di grave crisi, porre particolare attenzione nei riguardi dei minori di anni 14 che non devono essere sottoposti ad azioni o situazioni pericolose per la propria salute psicofisica non devono essere ripresi intenti ad assumere bevande alcoliche, tabacco o sostanze stupefacenti, anche se per gioco, non devono essere coinvolti in argomenti o immagini volgari, licenziose o violente e non devono essere utilizzati per richieste di denaro e/o elargizioni (rif. n. 14);
- evitare la trasmissione di **film vietati ai minori di anni diciotto** o ai quali sia stato negato il nulla osta, nonché dei programmi classificabili a visione per soli adulti, salve le norme per le specifiche trasmissioni ad accesso condizionato;
- evitare la trasmissione, sia in chiaro sia a pagamento che forniti a richiesta, sia integralmente che parzialmente, di **film vietati ai minori di anni quattordici** tra le 7:00 e le 22:30;
- adottare **sistemi di segnalazione** riguardo alla tipologia di programmi trasmessi;



- adottare forme di **avvertimento preventivo** sull'inadeguatezza per i minori di film, telefilm, tv movie, fiction e spettacoli di intrattenimento vario trasmessi prima delle 22:30 e ripetere l'avviso dopo ogni interruzione;
- evitare, nelle trasmissioni di **informazione sportiva**, il ricorso ad espressioni minacciose o ingiuriose nei confronti, ad esempio, di atleti, squadre, tifosi avversari, arbitri, giornalisti, forze dell'ordine, soggetti organizzatori di eventi sportivi, e promuovere la stigmatizzazione delle condotte lesive dell'integrità fisica delle persone, della loro dignità e dei beni di proprietà pubblica verificatesi in occasione degli eventi sportivi.

### ***1.3. Garanzia dell'utenza***

Le emittenti sono invitate a verificare l'utilizzo di un linguaggio e un comportamento corretto e assicurare l'assenza di volgarità gratuite e di turpiloquio, anche attraverso l'utilizzo di specifiche cautele nelle trasmissioni in diretta, che più facilmente si prestano a rischi di degenerazione.

Le emittenti sono, comunque, tenute ad attenersi alla normativa (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), talvolta integrata da norme regolamentari, che prescrive:

- l'offerta in modalità facilmente accessibile all'utenza delle informazioni relative al nome e indirizzo, anche elettronico, del fornitore di servizi di media e gli indirizzi dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, preposti alla tutela degli utenti;
- il rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali, nonché della dignità umana, con particolare riferimento alla riservatezza e all'identità personale, in conformità della legislazione vigente in materia nel trattamento dei dati personali delle persone fisiche e degli enti nel settore radiotelevisivo;
- il rispetto della dignità umana e l'assenza nei programmi di alcun incitamento all'odio basato su razza, sesso, religione o nazionalità;
- il divieto di **trasmissioni** che presentino forme o contenuti di carattere erotico, pornografico od osceno (rif. n. 15);
- il rispetto delle disposizioni regolamentari in tema di **cronaca giudiziaria** (rif. n. 16).

### ***1.4. Pubblicità***

Le emittenti sono tenute a rispettare tutte le disposizioni in materia di trasmissione di pubblicità (artt. 36 bis, 37, 38, 39 e 40, Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), in particolare quelle relative ai **limiti di affollamento**, al **posizionamento** e alla **riconoscibilità**; inoltre il sistema normativo vigente pone dei **divieti assoluti** che afferiscono al contenuto dei messaggi, ossia vietano la pubblicità o di determinati prodotti e servizi, o la commistione di pubblicità e attività informativa.



A fini esemplificativi, si riporta uno schema riassuntivo sulle forme di pubblicità (rif. n. 17) riconosciute:

- **pubblicità tabellare:** in questa categoria rientrano gli **spot** trasmessi in forma raggruppata nei cosiddetti break pubblicitari, gli **spot isolati** della durata di 5-7 secondi, le **sovrimpressioni o esposizioni**, statiche o animate (in logo), che appaiono in contemporanea al programma nel sottopancia dello schermo, preannunciate da un segnale acustico e della durata di pochi secondi;
- **telepromozione:** ogni forma di pubblicità consistente nell'esibizione di prodotti, presentazione verbale e visiva di beni o servizi di un produttore di beni o di un fornitore di servizi, **fatta dall'emittente televisiva nell'ambito di un programma**, al fine di promuovere la fornitura dietro compenso dei beni o dei servizi presentati o esibiti; oltre che essere segnalata, se fatta dal conduttore del programma, deve essere caratterizzata dal cambio di contesto scenico;
- **sponsorizzazioni:** ogni contributo di un'impresa pubblica o privata o di una persona fisica, non impegnata nella fornitura di servizi di media audiovisivi o nella produzione di opere audiovisive, al finanziamento di servizi o programmi di media audiovisivi, allo scopo di promuovere il proprio nome, il proprio marchio, la propria immagine, la propria attività o i propri prodotti. Può essere trasmessa sotto forma di Invito all'Ascolto (I.A.), oppure come Citazione (quest'ultima non rientra nei limiti di affollamento, non essendo considerata a tutti gli effetti una forma di pubblicità). La sponsorizzazione è assoggettata a specifica regolamentazione in relazione alla **forma**, alla **durata** e al **posizionamento** all'interno del programma sponsorizzato (rif. n. 6);
- **televendita:** consiste nell'offerta diretta al pubblico, allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni. Deve essere segnalata e inserita in finestre della durata di almeno 15 minuti, nell'ambito della quale possono essere offerti anche prodotti di diversa natura e marchio (rif. n. 10).

#### 1.4.1. Limiti di affollamento cui sono soggette queste forme di pubblicità:

- **affollamento orario per spot:** tale limite non deve superare il 25% dell'ora. È possibile arrivare fino al 27% nel caso in cui ci sia compensazione nelle ore immediatamente adiacenti; comprende la **pubblicità tabellare** (spot, sovrimpressioni e sovrimpressione animata/in logo) + **sponsorizzazioni** (Inviti all'ascolto, Jingle e Billboard);
- **affollamento giornaliero per spot + telepromozioni + televendite:** tale limite deve essere inferiore al 25% della programmazione giornaliera e comprende:
  - pubblicità tabellare;
  - sponsorizzazioni;
  - telepromozioni;
  - televendite di durata inferiore a 15 minuti.

**Non rientrano nel computo dell'affollamento:**



- **annunci delle emittenti, anche analogiche, relativi ai propri programmi ed ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati, annunci di sponsorizzazione e inserimenti di prodotti** (art. 38, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici);
- **annuncio di servizio pubblico o campagne sociali;**
- **messaggi pubblicitari facenti parte di iniziative promosse da istituzioni, enti, associazioni di categoria, produttori editoriali e librai, volte a sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti del libro e della lettura, trasmessi gratuitamente o a condizioni di favore;**
- **brevi messaggi pubblicitari rappresentati da anteprime di opere cinematografiche europee di prossima programmazione;**
- **finestre di televendita di durata non inferiore a 15 minuti.**

#### 1.4.2. Posizionamento della pubblicità:

- sono vietate le interruzioni di:
  - **programmi inferiori a 30 minuti;**
  - **opere religiose;**
  - **cartoni animati;**
  - **eventi sportivi ad eccezione delle pause di gioco**, in particolare, per le partite di calcio gli spot pubblicitari e di televendita isolati devono essere in numero non superiore a sei nei tempi regolamentari (rif. n. 10).
- le interruzioni pubblicitarie nelle **opere teatrali, nei film, nelle opere liriche e musicali** possono essere inserite, oltre che nelle pause o tra un tempo e l'altro, anche in numero di due per ogni atto o tempo indipendentemente dalla sua durata; per le opere di durata programmata compresa tra 90 e 109 minuti sono consentite due interruzioni pubblicitarie per ogni atto o tempo; per le opere di durata programmata uguale o superiore a 110 minuti sono consentite tre interruzioni pubblicitarie più una interruzione supplementare ogni trenta minuti di durata programmata ulteriore rispetto a 110 minuti (art. 37, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici);
- negli spot pubblicitari adiacenti ai cartoni animati non devono essere rappresentati i **personaggi degli stessi cartoni;**
- la **propaganda** di servizi di astrologia, **cartomanzia**, pronostici del gioco del **lotto**, enalotto, totocalcio, totogol totip, lotterie e giochi assimilabili **di tipo interattivo** non deve essere trasmessa dalle ore 7 alle 24 (rif. n. 10);
- le **televendite** di beni e servizi di astrologia, di **cartomanzia** ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del **lotto**, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi simili non devono essere trasmesse **dalle ore 7 alle ore 23** (rif. n. 10).



#### 1.4.3. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario:

- la pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili come tali 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 (art. 37, comma 1, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici);
- nel corso della trasmissione del messaggio pubblicitario o della televendita devono essere inserite le scritte “pubblicità” o “televendita”;
- è vietato diffondere messaggi pubblicitari e televendite con una potenza sonora superiore a quella ordinaria dei programmi;
- è vietata la diffusione di messaggi pubblicitari da parte del conduttore del programma in corso nel contesto dello stesso;
- è vietato trasmettere pubblicità e televendite che imitano o costituiscono la parodia di un particolare programma prima o dopo la trasmissione e durante i suoi intervalli;
- i programmi contenitore sponsorizzati, devono essere chiaramente riconoscibili in quanto tali.

#### 1.4.4. Divieti assoluti in tema di trasmissione di messaggi pubblicitari:

- divieto di **sponsorizzazioni di Tg e notiziari**;
- divieto nei messaggi pubblicitari di fare richiamo, visivamente e/o oralmente, a **persone che presentano regolarmente i telegiornali e le rubriche di attualità**;
- divieto di pubblicità di **bevande alcoliche**, in particolar modo per quanto concerne la tutela dei minori e la valutazione oltremodo positiva dell'assunzione di superalcolici;
- divieto di pubblicità di **sigarette e tabacco**;
- divieto di pubblicità dei **prodotti medicinali**;
- divieto di trasmissione di **televendite** di beni e servizi di astrologia, di **cartomanzia** ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del **lotto**, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi simili **che utilizzino o inducano all'utilizzo di numerazioni a sovrapprezzo** (rif. n. 10);
- divieto di mostrare il logo di una sponsorizzazione durante i programmi per bambini, i documentari ed i programmi religiosi (art. 39, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici).



### ***1.5. Pluralismo socio-politico***

Il principio del pluralismo è stato accolto tra i principi fondamentali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia, così come dispone l'art. 3 del d.lgs 31 luglio 2005, n. 177 recante il "Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici". Tale concetto è stato approfondito in importanti sentenze della Corte Costituzionale, tra cui la n. 826 del 1988 che ribadisce il valore centrale del pluralismo in un ordinamento democratico e chiarisce le diverse accezioni del pluralismo nell'ambito dell'informazione radiotelevisiva. Esso infatti può essere inteso come **pluralismo esterno**, ossia *"la possibilità di ingresso, nell'ambito dell'emittenza pubblica e di quella privata, di quante più voci consentano i mezzi tecnici con la concreta possibilità nell'emittenza privata che i soggetti portatori di opinioni diverse possano esprimersi senza il pericolo di essere emarginati a causa dei processi di concentrazione delle risorse tecniche ed economiche nelle mani di uno o di pochi (...)";* con riferimento ai contenuti dell'informazione radiotelevisiva, la Corte Costituzionale indica come **pluralismo interno** *"la possibilità di dar voce - attraverso un'informazione completa, obiettiva, imparziale ed equilibrata nelle sue diverse forme di espressione - a tutte o al maggior numero possibile di opinioni, tendenze, correnti di pensiero politiche, sociali e culturali presenti nella società, onde agevolare la partecipazione dei cittadini allo sviluppo sociale e culturale del Paese"*.

Nell'ambito del pluralismo interno, in particolare, la legge n. 28/2000, come modificata dalla legge n. 313/2003 (rif. n. 5 e 9), stabilisce che le emittenti locali devono garantire "il pluralismo, attraverso la parità di trattamento, l'obiettività, l'imparzialità e l'equità nella trasmissione sia di programmi di informazione, nel rispetto della libertà di informazione, sia di programmi di comunicazione politica".

Il programma di informazione è definito come *"il telegiornale, il giornale radio e comunque il notiziario o altro programma di contenuto informativo, a rilevante presenza giornalistica, caratterizzato dalla correlazione ai temi dell'attualità e della cronaca"*.

Con l'espressione programma di comunicazione politica viene indicato *"ogni programma in cui assuma carattere rilevante l'esposizione di opinioni e valutazioni politiche manifestate attraverso tipologie di programmazione che comunque consentano un confronto dialettico tra più opinioni, anche se conseguito nel corso di più trasmissioni"*.

Il *Codice di autoregolamentazione in materia di attuazione del principio del pluralismo* (rif. n. 5), stabilisce, inoltre, che nei programmi di informazione nel periodo elettorale o referendario, non possono essere fornite, anche in forma indiretta, indicazioni o preferenze di voto, così come nelle altre trasmissioni radiotelevisive diverse da quelle di comunicazione politica e dai messaggi politici autogestiti, mentre nei programmi di comunicazione politica deve essere consentita una effettiva parità di condizioni tra i soggetti politici competitori, anche con riferimento alle fasce orarie e al tempo di trasmissione. Il Codice, inoltre, dispone che le emittenti locali possono trasmettere messaggi politici autogestiti a pagamento e, nei periodi elettorali, anche messaggi a titolo gratuito.



## 2. Il regime sanzionatorio

Le disposizioni sin qui richiamate che regolano le modalità e i contenuti dell'emesso a livello locale sono, per la maggior parte disposte nel Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, nel quale è possibile anche rinvenire il regime sanzionatorio applicabile. In particolare, gli articoli 35 e 51, come modificati dalla legge n. 101 del 2008, dispongono i criteri di quantificazione delle sanzioni pecuniarie e la minorazione applicabile alle emittenti locali rispetto alle somme riferibili alle sanzioni per le emittenti nazionali.

L'ammontare della sanzione amministrativa è determinato nel suo minimo e massimo, che viene poi quantificato in sede di adozione del provvedimento sanzionatorio in base alla valutazione sul caso concreto.

La violazione delle norme contenute nel "Codice di autoregolamentazione TV e Minori" e nel "Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva "Codice media e Sport", in quanto recepiti dal Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, all'articolo 34, è soggetta alla disciplina sanzionatoria che presidia le norme a tutela dei minori, ossia l'articolo 35.

Con il conferimento delle deleghe ai Co.re.com., l'Autorità delega ai Comitati regionali lo svolgimento dell'attività di acquisizione della registrazione, analisi e valutazione dell'emesso, nonché lo svolgimento del procedimento sanzionatorio (rif. n. 18 e 19) che ha inizio con l'accertamento della violazione e la contestazione della stessa all'emittente, e, attraverso il contraddittorio che garantisce la partecipazione della parte, si conclude con la trasmissione all'Autorità della proposta di adozione del provvedimento sanzionatorio ovvero di archiviazione.

Si rammenta, infine, che l'adozione di provvedimenti sanzionatori per violazione delle norme di cui all'art. 34, **costituisce causa di esclusione o riduzione dei contributi** alle emittenti televisive locali ai sensi dell'articolo 2, comma 2, del decreto 5 novembre 2004, n. 292 "Regolamento recante nuove norme per la concessione alle emittenti televisive locali dei benefici previsti dall'articolo 45, comma 3, della legge 23 dicembre 1998, n. 448, e successive modifiche e integrazioni" (GU n. 285 del 4-12-2004), al momento oggetto di revisione da parte del Ministero per lo sviluppo economico.



## ***NORMATIVA DI RIFERIMENTO***

1. Legge 31 luglio 1997, n. 249 *“Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”*;
2. D.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44: *“Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”*;
  - Codice di autoregolamentazione TV e minori (29 novembre 2002);
  - Codice di autoregolamentazione dell’informazione sportiva, denominato Codice media e sport (27 luglio 2007);
3. Legge 6 agosto 1990, n. 223 *“Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato”*;
4. Legge 23 dicembre 1996, n. 650 *“Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, recante disposizioni urgenti per l’esercizio dell’attività radiotelevisiva e delle telecomunicazioni, interventi per il riordino della RAI S.p.a., nel settore dell’editoria e dello spettacolo, per l’emittenza televisiva e sonora in ambito locale nonché per le trasmissioni televisive in forma codificata.”*;
5. Legge 22 febbraio 2000, n. 28 e successive modificazioni *“Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica”* (par condicio);
  - Decreto del Ministero delle Comunicazioni 8 aprile 2004, *“Codice di autoregolamentazione in materia di attuazione del principio del pluralismo”*;
6. Decreto del Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581 *“Regolamento in materia di sponsorizzazioni di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico”*;
7. Decreto del Ministero delle Comunicazioni 27 aprile 2006, n. 218 *“Regolamento recante disciplina dell’impiego di minori di anni quattordici in programmi televisivi”*;
8. Delibera n. 78/98/CONS del 1 dicembre 1998, *“Approvazione del regolamento per il rilascio delle concessioni per la radiodiffusione televisiva privata su frequenze terrestri”*;
9. Delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, *“Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali”*;
10. Delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 e successive modificazioni, *“Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite”*;
11. Delibera n. 435/01/CONS del 15 novembre 2001, *“Approvazione del regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre in tecnica digitale”*;
12. Delibera n. 153/02/CSP del 25 luglio 2002 e successive modificazioni, *“Approvazione del regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa”*;



13. Delibera n. 54/03/CONS del 19 febbraio 2003, *“Approvazione del modello del foglio dei registri dei programmi trasmessi dalle emittenti televisive che diffondono via satellite o distribuiscono via cavo in ambito nazionale e dalle emittenti televisive su frequenze terrestri in ambito nazionale nonché dalle emittenti televisive su frequenze terrestri in ambito locale e radiofoniche”*;
14. Delibera n. 165/06/CSP del 15 marzo 2006, *“Atto di indirizzo sul rispetto dei diritti fondamentali della persona, della dignità personale e del corretto sviluppo fisico, psichico e morale dei minori nei programmi di intrattenimento”*;
15. Delibera n. 23/07/CSP del 22 febbraio 2007, *“Atto di indirizzo sul rispetto dei diritti fondamentali della persona e sul divieto di trasmissioni che presentano scene pornografiche”*;
16. Delibera n. 13/08/CSP del 31 gennaio 2008, *“Atto di indirizzo sulle corrette modalità di rappresentazione dei procedimenti giudiziari nelle trasmissioni radiotelevisive”*;  
- Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive (21 maggio 2009)
17. Delibera n. 211/08/CSP del 24 settembre 2008 *“Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva”*;
18. Delibera n. 14/08/CSP del 31 gennaio 2008, *“Approvazione del regolamento sulle procedure di vigilanza e sanzionatorie relative al “Codice media e sport”* ;
19. Delibera n. 136/06/CONS del 15 marzo 2006 e successive modificazioni *“Regolamento in materia di procedure sanzionatorie”*.

**\* Si segnala che sono in corso di realizzazione i nuovi regolamenti attuativi, resi necessari a seguito della pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del decreto legislativo n. 44/2010.**