



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 188/18/CONS

**AVVIO DI UN PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO DI ANALISI E
VALUTAZIONE DEI LIMITI DI AFFOLLAMENTO PUBBLICITARIO DI CUI
ALL'ARTICOLO 38 DEL D.LGS. 31 LUGLIO 2005, N. 177**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione del Consiglio dell'11 aprile 2018;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante *“Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità”*;

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

VISTA la direttiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010 relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi, di seguito anche direttiva SMAV);

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

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 405/17/CONS;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 28 aprile 2017, recante *“Affidamento in concessione del servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale ed approvazione dell'annesso schema di convenzione”*;

VISTO il Contratto di Servizio 2018-2022 – Contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello Sviluppo Economico e la RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A., approvato dal Consiglio dei Ministri nella riunione del 22 dicembre 2017;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

VISTO l'art. 38 del *Testo Unico*, recante “*Limiti di affollamento*”, il quale stabilisce limiti di affollamento pubblicitario diversificati per la concessionaria del servizio pubblico e per i diversi servizi di media audiovisivi e radiofonici;

CONSIDERATO che il comma 1 dell'articolo 38 del *Testo Unico* relativamente agli obblighi della concessionaria del servizio pubblico dispone «*La trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 4 per cento dell'orario settimanale di programmazione ed il 12 per cento di ogni ora; un'eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva*»;

CONSIDERATO che il comma 2 dell'articolo 38 del *Testo Unico*, relativamente agli obblighi delle emittenti nazionali in chiaro stabilisce che “*La trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte delle emittenti e dei fornitori di contenuti televisivi in ambito nazionale diversi dalla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 15 per cento dell'orario giornaliero di programmazione ed il 18 per cento di ogni ora; un'eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva. Un identico limite è fissato per i soggetti autorizzati, ai sensi dell'articolo 29, a trasmettere in contemporanea su almeno dodici bacini di utenza, con riferimento al tempo di programmazione in contemporanea*”;

CONSIDERATO con particolare riferimento al criterio di calcolo dei limiti degli affollamenti pubblicitari della concessionaria pubblica che nella relazione annuale del 30 giugno 1991 il Garante per la radiodiffusione e l'editoria ritenne che la formulazione dell'articolo 8, comma 6, della legge 6 agosto 1990, n. 223 - a norma del quale “*La trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria pubblica non può eccedere il 4 per cento dell'orario settimanale di programmazione [...]*” – comportasse l'applicazione di un criterio di calcolo cumulativo dell'affollamento settimanale dei tre canali televisivi Rai 1, Rai2, Rai3;

CONSIDERATO che l'evoluzione del mercato della comunicazione audiovisiva e il definitivo passaggio da un sistema analogico al sistema digitale ha comportato un evidente cambiamento in termini di offerta di programmi e di incremento della numerosità dei canali, circostanze che rendono necessario verificare la persistente attualità del criterio sopra illustrato anche in relazione ai criteri adottati nel calcolo dell'affollamento pubblicitario delle emittenti diverse dalla concessionaria del servizio pubblico;

CONSIDERATO che in attuazione di quanto previsto dall'art. 43, comma 2, del *Testo unico*, con la delibera 41/17/ CONS sono stati individuati i mercati rilevanti nel settore dei servizi media audiovisivi (cd. Fase uno);



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

CONSIDERATO che l'articolo 45 e seguenti del *Testo Unico* assegna all'Autorità il compito di verifica degli obblighi della concessionaria del servizio pubblico e che, con particolare riguardo agli obblighi in materia di pubblicità l'art. 13, comma 2, della Convenzione specifica il compito di verificare “[.....] *il rispetto delle norme in materia di affollamento pubblicitario, nonché la distribuzione fra i canali trasmissivi dei messaggi pubblicitari e la corretta imputazione dei costi secondo quanto previsto dal successivo articolo 14, da parte della società concessionaria*”;

RILEVATO che l'Autorità effettua il monitoraggio delle trasmissioni radiotelevisive in ossequio al disposto dell'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 13 della legge 31 luglio 1997, n. 249 e che, quanto allo specifico aspetto degli affollamenti pubblicitari, lo stesso deve tener conto dell'evoluzione del mercato e, con particolare riferimento alla concessionaria di servizio pubblico, delle modifiche introdotte dalla Convenzione e dal nuovo contratto di servizio;

RITENUTA la necessità di avviare un procedimento istruttorio di analisi e valutazione dei limiti di affollamento pubblicitario anche ai fini dell'aggiornamento dei relativi criteri di monitoraggio;

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

DELIBERA

Art. 1

Avvio del procedimento istruttorio

1. È avviato un procedimento avente ad oggetto:
 - a. l'analisi dei limiti di affollamento pubblicitario di cui all'art. 38 del *Testo Unico* nei sensi di cui in premessa;
 - b. la valutazione dell'impatto dei mutamenti di mercato sui criteri di monitoraggio dei limiti di affollamento di cui alla lettera a), anche alla luce dell'evoluzione del quadro regolamentare europeo.
2. Il responsabile del procedimento è l'avvocato Giulio Votano, dirigente della Direzione Contenuti Audiovisivi.
3. Fatte salve possibili sospensioni, il termine di conclusione del procedimento è di 120 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

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

La presente delibera è pubblicata nel sito *web* dell'Autorità.

Roma, 11 aprile 2018

IL PRESIDENTE

Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE

Mario Morcellini

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Riccardo Capecchi