



Consiglio Regionale
Servizio di Supporto
alle Autorità Indipendenti
Co.Re.Com. Abruzzo

CAPITOLATO TECNICO

PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI RILEVAZIONE E ANALISI DEI DATI DELLE TRASMISSIONI DI UN CAMPIONE DI EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI E DELLA TESTATA REGIONALE RAI, DI MONITORAGGIO SULLA PUBBLICAZIONE E DIFFUSIONE DEI SONDAGGI SUI RELATIVI MEZZI DI COMUNICAZIONE E DI REALIZZAZIONE DI RICERCHE TEMATICHE IN AMBITO TELEVISIVO LOCALE – TRIENNIO 2025/2027.

INDICE

Parte I Oggetto del servizio e Adempimenti generali

- 1.1 Oggetto del Servizio**
- 1.2 Adempimenti dell’Affidatario - Relazione Conclusiva**
- 1.3 Luogo di svolgimento e durata del servizio**
- 1.4 Importo a base di gara, procedura di affidamento**
- 1.5 Modalità e Requisiti di partecipazione**
- 1.6 Aumento o diminuzione dell’appalto in corso di esecuzione del contratto**
- 1.7 Modalità di presentazione dell’offerta**
- 1.8 Documentazione da allegare all’offerta**
- 1.9 Motivi di esclusione**
- 1.10 Cauzione definitiva**
- 1.11 Penalità e cause di risoluzione**
- 1.12 Adempimenti in materia antimafia**
- 1.13 Pagamento della fattura**
- 1.14 Responsabilità**
- 1.15 Riservatezza dei dati**
- 1.16 Responsabile del procedimento**
- 1.17 Foro competente**
- 1.18 Rinvio**

Parte 2 Obiettivi del monitoraggio e Criteri metodologici

2. Obiettivi del monitoraggio

Le Aree del monitoraggio

2.1 Area 1: *Obblighi di programmazione*

2.1.1 Finalità e riferimenti normativi

2.2.2 Criteri metodologici

2.2 Area 2: *Garanzie dell'utenza e tutela dei minori*

2.2.1 Finalità e riferimenti normativi

2.2.2 Criteri metodologici

2.3 Area 3: *Pubblicità*

2.3.1 Finalità e riferimenti normativi

2.3.2 Criteri metodologici

2.4 Area 4: *Pluralismo politico-istituzionale e sociale*

2.4.1 Finalità e riferimenti normativi

2.4.2 Criteri metodologici

2.5 *I sondaggi.*

2.5.1 Obiettivi della vigilanza in materia di sondaggi.

Oggetto del servizio e Adempimenti generali

1.1 Oggetto del servizio

Il servizio oggetto di affidamento, come dettagliato dal presente Capitolato, comprende:

- a) la rilevazione e l'analisi dei dati delle registrazioni delle trasmissioni di **n° 5 emittenti televisive** tra quelle operanti nell'Area Tecnica n. 13 di Abruzzo e Molise, individuate di volta in volta dal Co.re.com, per il triennio 2025/2027, della durata di 7 giorni consecutivi per 24 ore al giorno, per ciascun anno di affidamento, al fine di monitorare l'avvenuto rispetto da parte dei medesimi Fornitori di Servizi Media Audiovisivi (FSMA) della normativa prevista in ambito di obblighi di programmazione, garanzia dell'utenza e tutela dei minori, comunicazioni commerciali e pluralismo;
- b) la rilevazione e l'analisi dei dati esclusivamente dal punto di vista dell'area del pluralismo politico-istituzionale rispetto ai notiziari trasmessi dalla **testata regionale RAI**, per la durata di 30 giorni consecutivi, per ciascuna delle tre annualità dell'affidamento (2025-2026-2027);
- c) la rilevazione e l'analisi dei dati riguardanti i **sondaggi** sui media oggetto di vigilanza, per lo stesso periodo di riferimento suddetto;
- d) la rilevazione e l'analisi dei dati delle registrazioni delle trasmissioni oggetto di segnalazioni ricevute dal Co.re.com, nel limite massimo di tre segnalazioni l'anno;
- e) la realizzazione di **specifiche ricerche**, una per ogni annualità, relative a tematiche di interesse del Co.re.com che saranno concertate con la società affidataria.

Le rilevazioni dovranno essere effettuate secondo precise modalità stabilite dal Co.re.com nel presente Capitolato, in adempimento dei compiti istituzionali ad esso assegnati.

I dati ottenuti dall'analisi svolta dovranno poi essere trasformati in informazioni di tipo qualitativo e quantitativo per i successivi adempimenti istituzionali del Co.re.com.

I dati ricavati dalle rilevazioni concernenti i punti a), b) e c) dovranno essere conservati dall'Affidatario per almeno 2 anni successivi alla data di acquisizione.

1.2 Adempimenti dell'Affidatario

Per quanto attiene ai **punti a), b) e c)** specificati nel precedente articolo, tutti i dati e gli elementi risultanti dalla rilevazione ed analisi dovranno essere trasfusi in apposita **Relazione conclusiva** dettagliata, una per ciascun anno del triennio 2025/2027, in formato elettronico, comprensiva delle schede allegate al presente Capitolato debitamente compilate.

In particolare, i dati ottenuti a seguito dell'analisi del materiale registrato, dovranno essere catalogati, archiviati e trasformati in dati elementari mediante l'utilizzo di sistemi quali Microsoft Excel (o similari) ed Adobe Acrobat ed inseriti in apposite tabelle utilizzabili per la successiva consultazione e per i successivi adempimenti istituzionali del Co.re.com. I dati elementari in parola devono essere facilmente consultabili e riassunti, per ciascuna emittente, in una **nota esplicativa che faccia riferimento alle singole Aree oggetto di monitoraggio, da cui si evinca chiaramente la presenza o meno di ogni eventuale violazione e la relativa normativa a cui fare riferimento per l'applicazione della conseguente sanzione.** In caso di rinvenuta presenza di ipotesi di violazione, l'affidataria, unitamente alla nota esplicativa contenuta all'interno della Relazione

conclusiva, dovrà rimettere al Co.re.com anche **trascrizione scritta del contenuto della registrazione oggetto di segnalazione.**

Il materiale audio-video trasmesso dalle emittenti televisive all'affidataria e la riconsegna dello stesso al Co.re.com, una volta effettuato il monitoraggio, saranno a cura dell'aggiudicatario che ne sosterrà le eventuali spese di spedizione.

La relazione dovrà essere consegnata al committente tempestivamente e comunque **non oltre 40 giorni dal giorno successivo a quello di ricezione delle registrazioni, quanto alle verifiche relative alla vigilanza, ed entro il termine di 5 giorni in caso di riscontrata violazione in materia di sondaggi, così come previsto dal successivo art. 2.5.1.**

Per l'attività di vigilanza di cui al **punto d)** svolta a seguito di segnalazioni ricevute dal Co.re.com, l'Affidatario consegna il report conclusivo e, ove richieste, le relative registrazioni, entro il **30° giorno** di calendario successivo a quello della richiesta del Co.re.com.

Per quanto attiene al **punto e)** specificato nel precedente articolo, l'Affidatario anche utilizzando il materiale inerente alle registrazioni delle trasmissioni del campione delle emittenti locali e dei notiziari della testata regionale RAI riferiti a ciascuna annualità relativa al triennio 2025/2027, realizza **specifiche ricerche** sui temi che saranno definiti con il Co.re.com. Ognuna delle ricerche dovrà essere rimessa alla Stazione appaltante per ciascuna annualità **entro 120 giorni successivi all'avvenuta consegna della Relazione conclusiva.** L'Affidatario dovrà impegnarsi e cedere tutti i diritti di copyright relativi alle ricerche realizzate.

Il servizio dovrà essere svolto, per quanto attiene ai punti a), b), c) e d), nelle modalità previste nella parte 2 del presente Capitolato.

Il contratto avrà termine con la consegna della Relazione conclusiva riferita all'anno 2027, salva la facoltà per il committente di chiedere, anche successivamente, chiarimenti, precisazioni e integrazioni.

1.3 Luogo di svolgimento del servizio e durata del servizio

Il servizio descritto è svolto nella sede legale dell'Affidatario e avrà una durata triennale riferita agli anni 2025 – 2026 – 2027, salvo il mancato rinnovo della delega di funzione da parte di Agcom relativamente all'ambito di attività oggetto di affidamento.

1.4 Importo a base di gara, procedura di affidamento

L'importo dell'appalto posto a base dell'affidamento è di euro 48.000,00 (quarantottomila/00) oltre IVA.

Non sussistono rischi da interferenza connessi con l'esecuzione del contratto e, pertanto, gli oneri per la sicurezza per rischi interferenziali sono pari a zero.

Il servizio descritto nel presente Capitolato sarà oggetto di affidamento diretto ai sensi dell'art. 50, c. 1, lett. b) del D.Lgs. 36/2023, a seguito di Trattativa Diretta sul Mepa.

Il servizio sarà affidato, ai sensi e per gli effetti dell'art. 108, comma 3 del D.gs. 36/2023, all'operatore economico che offrirà il maggior ribasso rispetto all'importo a base d'asta fissato in euro 48.000,00 oltre IVA di legge.

Il servizio sarà affidato anche nel caso in cui pervenga una sola offerta economica. In caso di parità delle offerte economiche, si procederà direttamente in seduta pubblica, mediante sorteggio (ex

articolo 77, comma 2, del Regio Decreto n. 827/1924).

Nel caso di decadenza, subentrerà la ditta che ha presentato la seconda migliore offerta economica.

La richiesta delle offerte economiche, tuttavia, non costituisce per la Stazione Appaltante obbligo di addivenire alla stipulazione del contratto.

L'Amministrazione si riserva, pertanto, la facoltà:

- di revocare o annullare, totalmente o parzialmente, la procedura, per motivi di pubblico interesse (mancato rinnovo delle deleghe di funzioni da parte di Agcom) e, conseguentemente, di non pervenire all'affidamento del servizio o pervenire ad un affidamento parziale;
- di non procedere all'affidamento, dando adeguata motivazione in proposito, nel caso in cui non ritenga meritevole di approvazione e/o conveniente sotto il profilo economico, l'offerta;
- di revocare la presente procedura qualora dovessero intervenire eventuali impedimenti normativi tesi al contenimento della spesa pubblica.

1.5 Modalità e Requisiti di partecipazione

Per essere ammessi a partecipare alla richiesta di offerta che sarà effettuata sul Mepa, l'Operatore Economico dovrà dichiarare di essere in possesso alla data di invio dell'offerta economica dei seguenti requisiti:

- **Requisiti di ordine generale:**

- non trovarsi in nessuna delle situazioni che comportano l'esclusione ai sensi degli artt. 94 ("Cause di esclusione automatica") 95 ("Cause di esclusione non automatica") e 98 ("Illecito professionale grave") del D.lgs. 36/2023;
- assenza della causa interdittiva di cui all'art. 53, comma 16-ter, del D.lgs. n. 165/2001 (cd. clausola del *pantouflage*);

- **Requisiti di idoneità professionale.**

- iscrizione nel registro della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura o nel registro delle Commissioni Provinciali per l'artigianato o presso i competenti ordini professionali per un'attività pertinente anche se non coincidente con l'oggetto dell'affidamento;

- ***Capacità economica e finanziaria***

- fatturato globale pari a quello presunto posto a base dell'affidamento, IVA esclusa, maturato nel quinquennio precedente a quello di indizione della presente procedura. Tale requisito è richiesto al fine di garantire la solidità e l'affidabilità dell'affidatario nell'ottica della corretta esecuzione delle prestazioni richieste.

- ***Capacità tecniche e professionali***

- avvenuta esecuzione nel quinquennio antecedente la data di pubblicazione del presente avviso, di almeno n. 2 contratti aventi oggetto analogo a quello della presente procedura di affidamento, di importo complessivo pari o superiore al valore del presente affidamento.

Detti requisiti dovranno essere attestati dai partecipanti al momento dell'invio dell'offerta sul Mepa tramite il modello di autodichiarazione che verrà reso disponibile nella apposita sezione.

1.6 Aumento o diminuzione dell'appalto in corso di esecuzione del contratto

La stazione appaltante si riserva la possibilità di richiedere, ai sensi dell'art. 120, comma 9 del D.Lgs. 36/2023, un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto, alle stesse condizioni previste nel contratto originario.

1.7 Modalità di presentazione dell'offerta

L'Operatore Economico invitato a partecipare alla Trattativa Diretta sul Mepa **dovrà far pervenire la propria offerta economica, a pena di esclusione, entro il termine in essa previsto.**

Oltre il suddetto termine di ricezione, non sarà ritenuta valida alcuna altra offerta economica, sia essa sostitutiva o integrativa di quella precedente.

L'Amministrazione ha facoltà di prorogare o di riaprire il termine di scadenza, nonché di revocare, per motivi di pubblico interesse, la procedura stessa.

1.8 Documentazione da allegare all'offerta

Gli Operatori economici dovranno presentare in allegato all'offerta economica, la documentazione amministrativa richiesta dalla stazione appaltante.

1.9 Motivi di esclusione

I motivi di esclusione sono quelli dettagliati agli artt. 94 e 95 del D.Lgs. 36/2023. La Stazione appaltante, qualora ricorrano le condizioni previste, debitamente accertate, provvederà alle esclusioni del caso.

Inoltre, non saranno considerate valide e saranno pertanto escluse dalla procedura di negoziazione le offerte:

- pervenute dopo la scadenza del termine utile per la presentazione;
- sottoposte a condizioni, termine o modalità difformi da quelle previste nel presente Capitolato.

Per quanto non previsto nel presente Capitolato, si rinvia alle disposizioni normative vigenti in materia ed, in particolare, a quelle di cui al D.Lgs n. 36/2023.

1.10 Cauzione definitiva

L'Affidatario dovrà presentare, entro e non oltre 20 gg. dalla data di comunicazione dell'avvenuto affidamento, la cauzione definitiva, costituita sotto forma di cauzione o fideiussione ai sensi dell'art. 117 del nuovo Codice dei Contratti pubblici di cui al D. Lgs. 36/2023, nella misura pari al 5% dell'importo contrattuale ai sensi dell'art. 53, c. 4, del D. Lgs. 36/2023.

Alla garanzia definitiva si applicano le riduzioni previste dall'art. 106 per la garanzia provvisoria.

Ai sensi dell'art. 106, c. 4 del D. lgs. 36/2023, la garanzia deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'articolo 1957, comma 2, del codice Civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

La mancata costituzione della garanzia definitiva, determina la decadenza dell'affidamento.

Il deposito cauzionale definitivo sarà restituito dopo la conclusione del rapporto contrattuale.

Il rapporto contrattuale tra l'Affidatario ed il Servizio di Supporto alle Autorità Indipendenti s'intende perfezionato alla data del versamento della cauzione definitiva.

In caso di risoluzione del contratto per fatto dell'aggiudicatario, il deposito cauzionale verrà incamerato dal Consiglio regionale dell'Abruzzo, fatto salvo il diritto al risarcimento degli eventuali maggiori danni.

1.11 Penalità e cause di risoluzione

Per i primi cinque giorni di ritardo nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali relative a:

- a) consegna della Relazione conclusiva, a decorrere dal giorno successivo alla scadenza assegnata, vale a dire dopo il quarantesimo giorno, nel caso della vigilanza, ovvero dopo il quinto giorno nel caso della eventuale rilevazione della violazione in materia di sondaggi, si disporrà **per ogni giorno di ritardo**, a titolo di penale, la **riduzione dell'1,5 (unovirgolacinque) per cento** del compenso globale.
- b) consegna della ricerca, a decorrere dal giorno successivo alla scadenza assegnata, vale a dire dopo il centoventesimo giorno successivo all'avvenuta consegna della Relazione conclusiva, si disporrà **per ogni giorno di ritardo**, a titolo di penale, la **riduzione dell'1,5 (unovirgolacinque) per cento** del compenso globale.

Ove il ritardo si protragga **per più di cinque giorni**, la Stazione appaltante procederà alla **risoluzione del contratto**.

L'ammontare delle penalità è addebitato sui crediti dell'Affidatario, dipendenti dal contratto cui si riferiscono e viene trattenuto mediante deduzione sulla fattura da emettere. Mancando crediti o essendo insufficienti, l'ammontare delle penalità viene addebitato sulla cauzione definitiva. In tali casi, l'integrazione dell'importo della cauzione deve avvenire **entro il termine perentorio di sette giorni, a partire dal primo giorno lavorativo seguente al ricevimento della formale richiesta da parte dell'Amministrazione**.

Trovano, altresì, applicazione per la risoluzione ed il recesso dal contratto le disposizioni di cui agli artt. 122 e 123 del D.lgs. 36/2023.

Inoltre, trova applicazione la clausola risolutiva espressa in tutti i casi in cui le transazioni sono state eseguite senza avvalersi di banche o della società Poste Italiane spa ai sensi dell'art. 3, comma 8 della legge 13 agosto 2010, n. 136 "*Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di normativa antimafia*".

Il contratto si intende, altresì, risolto in caso di mancata comunicazione degli estremi del conto dedicato di cui all'art. 19, L. 136/10.

1.12 Adempimenti in materia antimafia

Ai sensi dell'art. 83, comma 3, del D. Lgs. 159/2011, recante "*Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136*" e ss. mm. e ii., si da atto che non è necessario acquisire il certificato antimafia trattandosi di contratto di valore inferiore ad euro 150.000,00.

Ai sensi dell'art. 3, c. 1, della L. 136/2010 e ss. mm. e ii., recante "*Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di normativa antimafia*", per assicurare la tracciabilità dei flussi finanziari finalizzata a prevenire infiltrazioni criminali, gli appaltatori, i subappaltatori e i subcontraenti della filiera delle imprese nonché i concessionari di finanziamenti pubblici anche europei a qualsiasi titolo interessati ai lavori, ai servizi e alle forniture pubblici devono utilizzare uno o più conti correnti bancari o postali, accessi presso banche o presso la società Poste italiane Spa, dedicati, anche non in via esclusiva, fermo restando quanto previsto dal comma 5, alle commesse pubbliche.

Inoltre, ai sensi dell'art. 3, c. 7, della medesima L. 136/2010, ai fini della tracciabilità dei pagamenti, l'Affidatario si impegna a comunicare all'amministrazione, entro e non oltre sette giorni dalla sottoscrizione del contratto, gli estremi identificativi del conto corrente dedicato, nonché le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di esso.

1.13 Pagamento della fattura

I pagamenti potranno essere richiesti allo scadere di ciascuna annualità monitorata a seguito dei corrispondenti servizi resi (relazione conclusiva e ricerca tematica) da rimettere entro il termine stabilito al precedente punto 1.2 del presente Capitolato.

Ai fini del pagamento del corrispettivo dovuto, l’Affidatario dovrà emettere regolare fattura la quale dovrà recare i riferimenti contrattuali e contabili ed essere intestata a:

Consiglio regionale dell’Abruzzo – Servizio di Supporto alle Autorità Indipendenti

Indirizzo: **Via Michele Iacobucci, n. 4 - 67100 L’Aquila**

C.F.: **80003630664**

Il pagamento verrà effettuato entro 30 giorni dalla data di ricevimento della fattura, presso l’Istituto di credito indicato, a mezzo di bonifico bancario sul conto corrente intestato alla società, secondo il criterio dello *split payment* stabilito dalla legge di stabilità 2015 (L. 190/2014) la quale prevede che per la cessione di beni e la prestazioni di servizi effettuate a favore della P.A. l'imposta sul valore aggiunto sia versata in ogni caso dagli enti stessi secondo le modalità e i termini fissati dal decreto del ministero dell’Economia, pubblicato sulla G.U. n. 27 del 03/02/2015. A tale scopo, l’Affidatario dovrà esplicitare l’ammontare dell’IVA in fattura secondo quanto previsto dal rinnovato art. 21 del D.P.R. n. 633 del 1972, con l'annotazione '**scissione dei pagamenti**'.

Inoltre, si rammenta che con l’entrata in vigore del D.M. n. 55 del 3 aprile 2013, a decorrere dal 31 marzo 2015, nei rapporti economici con la Pubblica Amministrazione, è obbligatorio da parte degli operatori economici l’utilizzo della *fatturazione elettronica* ai sensi della Legge 244/2007, art.1, commi da 209 a 214, secondo il formato di cui all’allegato A) del citato D.M..

Tra le informazioni obbligatorie da inserire nella fattura elettronica c’è il Codice Univoco Ufficio.

Il **Codice Univoco Ufficio** assegnato al Co.re.com Abruzzo è **K4B280** che deve essere inserito nella fattura elettronica in corrispondenza della voce denominata “**Codice identificativo Destinatario**”. Inoltre, dovrà essere indicato in fattura il **Codice Identificativo Gara (CIG)** e la seguente **Causale: Servizio monitoraggio tv locali e sondaggi e ricerca tematica – anno 2025/2026/2027** (indicare di volta in volta unicamente l’anno di riferimento del servizio svolto cui la fattura è riferita).

Infine si invita a verificare, per quanto di proprio interesse, le “Specifiche operative per l’identificazione degli uffici destinatari di fattura elettronica” pubblicate sul sito www.indicepa.gov.it e la documentazione sulla predisposizione e trasmissione della fattura elettronica al Sistema di Interscambio disponibile sul sito www.fatturapa.gov.it

L’indirizzo cui inoltrare le fatture elettroniche è: fatturazione@pec.crabruzzo.it

Ai sensi dell’articolo 48-bis del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602, come introdotto dall’articolo 2, comma 9, della legge 24 novembre 2006, n. 286, il pagamento della fattura è subordinato:

- all’acquisizione d’ufficio del DURC;
- all’accertamento, da parte della stazione appaltante, che il beneficiario non sia inadempiente rispetto all’obbligo di versamento derivante dalla notifica di una o più cartelle di pagamento per un ammontare complessivo pari almeno all’importo da corrispondere, con le modalità di cui al D.M. 18 gennaio 2008, n. 40. In caso di inadempienza accertata, il pagamento è sospeso e la circostanza è segnalata all’agente della riscossione competente per territorio, ai fini dell’esercizio dell’attività di riscossione delle somme iscritte a ruolo.

In caso di irregolarità del DURC dell’Affidatario, la stazione appaltante chiede tempestivamente agli Enti previdenziali la quantificazione dell’ammontare delle somme che hanno determinato l’irregolarità. In tal caso, ai sensi dell’art. 11, c. 6 del D.Lgs. 36/2023, la stazione appaltante trattiene dal certificato di pagamento l’importo corrispondente all’inadempienza per il successivo versamento diretto agli enti previdenziali e assicurativi.

1.14 Responsabilità

L’Affidatario solleva la stazione appaltante da ogni eventuale responsabilità penale e civile, diretta

o indiretta, verso terzi comunque connessa all'esecuzione delle attività di servizio affidate. Nessun ulteriore onere potrà dunque essere posto a carico della stazione appaltante, oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale.

1.15 Riservatezza dei dati

L'Affidatario si impegna a rispettare la normativa vigente in materia di protezione dei dati personali. I dati personali riguardanti il medesimo operatore economico saranno utilizzati dal Consiglio regionale solo ai fini del presente procedimento.

1.16 Responsabile del procedimento

Ai fini della presente procedura il responsabile del procedimento è il dott. Andrea Di Muro (e-mail: andrea.dimuro@crabruzzo.it – tel.: 0862/644748).

1.17 Foro competente

Il Foro Competente per eventuali controversie è quello di L'Aquila.

1.18 Rinvio

Per tutto quanto non previsto specificatamente nel presente Capitolato, si fa espressamente rinvio a quanto previsto in materia dalla vigente normativa comunitaria e nazionale, in quanto compatibili.

Obiettivi del monitoraggio e Criteri metodologici

2. Obiettivi del monitoraggio

L'art. 5 della Convenzione per l'esercizio delle funzioni delegate in tema di comunicazioni sottoscritta il 31/03/2023 dal Presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), dal Presidente della Giunta Regionale d'Abruzzo e dal Presidente del Co.re.com Abruzzo, attribuisce al Co.re.com la specifica delega 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 TUSMA, come integrato dai Regolamenti attuativi dell'Autorità”*.

La funzione delegata suddetta mira a garantire la corretta e uniforme applicazione della specifica legislazione vigente in ambito locale e l'accertamento delle eventuali violazioni da sottoporre all'AGCOM per i conseguenti provvedimenti di competenza.

Più in particolare, l'obiettivo che il Co.re.com intende perseguire attraverso il monitoraggio delle trasmissioni televisive oggetto del presente Capitolato è quello di acquisire dati ed elementi utili ad elaborare analisi e valutazioni finalizzate all'assolvimento dei propri compiti istituzionali di vigilanza in materia di:

- 1. obblighi di programmazione (Area 1);**
- 2. garanzia dell'utenza e tutela dei minori (Area 2);**
- 3. comunicazioni commerciali (Area 3);**
- 4. pluralismo politico-sociale (Area 4).**

Il presente Capitolato riporta le modalità specifiche di esecuzione delle prestazioni richieste per ciascuna delle aree di cui sopra.

Sono accluse al presente Capitolato, facendone parte integrale e sostanziale, le tabelle e le schede di rilevazione estrapolate dall'Appendice 1 della Delibera Agcom n. 632/07/CONS.

Le Aree del monitoraggio

2.1 Area 1: Obblighi di programmazione

2.1.1 Finalità e riferimenti normativi

Per quanto attiene all'area degli *“obblighi di programmazione”*, l'attività di monitoraggio è finalizzata a verificare il rispetto da parte dei Fornitori di Servizi di Media Audiovisivi (FSMA) di tutti gli obblighi cui sono assoggettati dalla normativa vigente in tema di programmazione in relazione al titolo abilitativo.

In particolare, dovrà farsi riferimento a quanto previsto al riguardo dalla delibera n. 353/11/CONS, recante il *“Nuovo Regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale”* e sue successive modifiche e integrazioni, oltre che dal Decreto Legislativo n. 208 del 08/11/2021,

recante il nuovo Testo unico dei servizi media audiovisivi (TUSMA), come successivamente modificato e integrato.

In tale ambito, l’Affidatario, basandosi sulla scheda di rilevazione in **Allegato G**, dovrà verificare che l’emittente - anche comunitaria (come definita ex art. 3, c. 1, lett. r, TUSMA) - identifichi il proprio palinsesto con un unico marchio per non meno di 24 ore settimanali, e rispetti la normativa vigente in tema di interconnessione (art. 26 TUSMA) che subordina la trasmissione in contemporanea ad autorizzazione rilasciata dal Ministero dello sviluppo economico (attuale Ministero delle Imprese e del Made in Italy). La trasmissione in contemporanea è consentita per non più di dodici ore al giorno. In caso di interconnessione con canali satellitari o con servizi media audiovisivi esteri questa potrà avvenire per un tempo limitato al 50% di quello massimo stabilito per l’interconnessione. Nel corso della trasmissione in contemporanea devono comparire entrambi i marchi identificativi dei fornitori interconnessi.

Nel caso dei fornitori di servizi di media a carattere comunitario, l’Affidatario dovrà verificare anche che detti FSMA trasmettano programmi originali autoprodotti per almeno il 50% dell’orario di programmazione giornaliero compreso fra le ore 7:00 e le ore 21:00, e che non trasmettano più del 5 per cento di pubblicità per ogni ora di diffusione.

2.1.2 Criteri metodologici

La Relazione conclusiva di cui all’art. 1.2, per la macroarea degli ‘Obblighi di programmazione’, deve riportare i seguenti dati così come indicati nell’**Allegato H**:

- Nominativo FSMA;
- Nome del palinsesto;
- Data di messa in onda;
- Titolo del programma;
- Orario di messa in onda e di conclusione;
- Durata complessiva della trasmissione;
- Classificazione dell’opera come europea o extraeuropea¹;
- Eventuale identificazione della indipendenza del produttore.

2.2 Area 2: Garanzie dell’utenza e tutela dei minori

2.2.1 Finalità e riferimenti normativi

L’attività di monitoraggio nell’Area “*garanzie dell’utenza e tutela dei minori*” nell’ambito delle trasmissioni televisive locali, è finalizzata a verificare il rispetto da parte delle relative emittenti delle disposizioni normative e regolamentari contenute nel:

- **Codice di autoregolamentazione tv e minori**, approvato il 29/11/2002 e successivamente modificato, che ha contribuito all’introduzione di un sistema di *tutele differenziate per fasce orarie* in base al quale la programmazione in onda nella fascia oraria 7:00 - 22:30 (c.d. *Televisione per tutti*), deve tener conto delle esigenze dei telespettatori di tutte le fasce d’età, quindi anche di età minorile e, in quest’ottica, tra le ore 16:00 e le ore 19:00 (c.d. *Televisione per i minori*), le imprese televisive sono tenute a dedicare nei propri palinsesti una fascia protetta di programmazione, a fronte dell’ipotesi che l’ascolto da parte del pubblico in età minore non sia supportato dalla presenza dell’adulto. La programmazione in onda in *fascia oraria notturna* è invece prettamente dedicata alla visione di un pubblico adulto ed è

¹ Le opere europee sono definite dall’art. 6 della direttiva europea n. 89/552/CEE, come modificato dalla direttiva n. 97/361CE.

comunque soggetta a limiti e divieti posti a *garanzia dell'utenza*, tesi per esempio a conciliare la libertà di espressione costituzionalmente garantita con le esigenze di tutela del pudore e del buon costume (cfr. per es. il divieto di trasmissione di scene pornografiche);

- **Testo unico dei servizi di media audiovisivi** di cui al D. Lgs. n. 208/2021 e ss.mm.ii, avuto particolare riguardo agli articoli 4, 30, 37 e 38;
- D.M. 218/2006, contenente “**Regolamento recante disciplina dell’impiego di minori di anni quattordici in programmi televisivi**”, che ha, tra l'altro, esteso l'applicabilità delle norme di comportamento sulla partecipazione dei minori alle trasmissioni televisive, previste dal paragrafo 1 del “*Codice di autoregolamentazione TV e minori*”, anche alle emittenti radiofoniche, stabilendo che l'impiego dei minori al di sotto dei quattordici anni nei programmi radiotelevisivi avvenga con il massimo rispetto della dignità personale, dell'immagine, dell'integrità psicofisica e della privacy;
- Legge n. 41/2007, recante “**Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 8 febbraio 2007, n. 8, recante misure urgenti per la prevenzione e la repressione di fenomeni di violenza connessi a competizioni calcistiche**”, contenente norme volte a rafforzare la tutela del valore dello sport nella programmazione televisiva, e a cui anche il TUSMA dedica un'apposita disposizione all'interno dell'art. 39;
- **Codice di autoregolamentazione Media e Sport**, che individua una serie di misure che emittenti e fornitori di contenuti devono osservare anche al fine di contribuire alla diffusione tra i giovani dei valori di una competizione sportiva leale e rispettosa dell'avversario, per prevenire fenomeni di violenza o di turbativa dell'ordine pubblico legati allo svolgimento di manifestazioni sportive;
- **Delibere Agcom** inerenti la tutela dei minori (in particolare dell. 51/13/CSP e 52/13/CSP).

2.2.2 Criteri metodologici

L’Affidatario rileva la messa in onda di programmi lesivi dei diritti fondamentali della persona, che contengano messaggi in codice o incitamenti all'odio comunque motivato, o che inducano ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza, sesso, religione e nazionalità o che, anche in relazione all’orario di trasmissione, possano nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori o che presentino scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche.

Particolare attenzione rivolge ai programmi, ivi compresi quelli di intrattenimento e di carattere sociale o informativo, che impiegano minori di anni quattordici, evidenziando l’eventuale messa in onda di quelli che ritiene lesivi della loro dignità personale, dell’immagine, dell’integrità psicofisica e della privacy.

Individua altresì l’eventuale messa in onda di programmi che ritiene in contrasto con le disposizioni a tutela dei minori previste dal TUSMA, dal “*Codice di autoregolamentazione TV e minori*”, dal “*Codice di autoregolamentazione dell’informazione sportiva*” denominato “*Codice media e sport*”, dal “*Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive*”.

Rivolge in ogni modo particolare cura all'analisi del trasmesso in fascia oraria protetta (16:00-19:00) e in fascia oraria della televisione per tutti (7:00 – 22:30), alla luce di quanto stabilito dalle disposizioni poste a tutela dei minori e tiene conto della possibile messa in onda di trasmissioni a carattere pornografico in fascia oraria notturna.

2.2.2.1 Criteri generali di analisi del contenuto dei programmi

Nel lavoro di analisi del contenuto, si tiene conto dei seguenti tre livelli di lettura:

- Esame di alcuni elementi descrittivo-conoscitivi e di contesto rispetto al programma, anche inerenti alla sua collocazione nel palinsesto;
- Analisi del programma;
- Analisi delle singole scene.

Relativamente al primo livello, l’Affidatario rileva informazioni su alcune caratteristiche, anche paratestuali, del programma e relative alla sua collocazione quali: data di trasmissione, emittente, titolo del programma, tipologia del programma (cfr. delibera n. 54/03/CONS del 19 febbraio 2003), orario di messa in onda (con indicazione della fascia oraria), contenuti delle scene rilevate (per es. violenza, sesso ecc.), segnaletica e avvertimenti adottati dall'emittente volti ad evidenziare l’eventuale grado di problematicità del programma o della notizia ai fini della visione da parte di un pubblico di età minorile.

Con riferimento al secondo livello, a fronte di un'analisi approfondita del programma, si descrivono gli aspetti più specifici, per esempio fornendo informazioni su: livello di verosimiglianza di quanto rappresentato, genere (per es. nei casi di film o fiction: comico, western, fantastico-horror ecc.), trama e tematiche trattate, linguaggio utilizzato (per es. osceno, blasfemo, scurrile ecc.), valori nel complesso veicolati (per es. razzismo-xenofobia, disprezzo per fedi religiose, istigazione alla violenza o incitamento all'odio comunque motivato ecc.).

In relazione al terzo livello, infine, l'attenzione si incentra sulle singole scene ritenute più critiche (per es. di sesso o di violenza). A questo proposito, l’analisi sarà volta ad evidenziare i soggetti coinvolti, anche nei termini di oggetto e testimone dell’eventuale violenza rilevata (minore ecc.) e i principali elementi e la tonalità emotiva della/e scena/e. Relativamente a quest'ultimo aspetto, è utile che si individui lo stato emotivo del protagonista e/o vittima e i filtri impiegati (accorgimenti tecnici per impedire la visione o l'ascolto di taluni contenuti o scena in bianco e nero o seppiato) e che stimi il potenziale eccitativo della scena, inferibile dalla presenza di taluni elementi quali: morbosità delle inquadrature (insistenza sui particolari, dettagli, primi piani, ecc.) o descrizione minuziosa dell'episodio, condensazione degli stimoli (aumento improvviso volume, musica, suoni, rumori, scelte cromatiche, movimenti di macchina, tono concitato narrazione, urla, gemiti ecc.).

In particolare, dovrà essere verificata l’osservanza da parte delle emittenti dei seguenti obblighi:

- 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;
- 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, secondo il sistema di

classificazione adottato sulla base dei criteri appositamente individuati dal Comitato Media e Minori (oggi sostituito ex art. 8, c. 2 D. Lgs. 208/2021, come modificato ex D. Lgs. 50/2024, dal *Comitato Consultivo Interistituzionale per l'alfabetizzazione mediatica e digitale*, istituito presso l'attuale Ministero delle Imprese e del Made in Italy) d'intesa con l'Autorità e recepiti in decreto ministeriale, salve le norme per le specifiche trasmissioni ad accesso condizionato che consentono la programmazione di tali contenuti esclusivamente dopo le 23 e prima delle 7, previa adozione di apposito sistema di controllo specifico e selettivo dell'accesso conforme alla disciplina adottata in materia dall'Autorità;

- evitare la trasmissione, in chiaro, a pagamento o forniti a richiesta, sia integralmente che parzialmente, di **film vietati ai minori di anni quattordici** tra le 7:00 e le 22:30, salvo l'adozione degli accorgimenti tecnici previsti dal TUSMA;
- 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.

Per la restituzione dei dati oggetto dell'analisi del contenuto sopra prospettato si rinvia alla scheda di rilevazione in **Allegato F**, recante facsimile di scheda di rilevazione che, con riferimento allo specifico programma esaminato, elenca gli elementi essenziali e le principali informazioni da rilevare nel corso del monitoraggio.

2.2.2.2 - Scene pornografiche, violente o lesive della dignità della persona

L'articolo 4, comma 1, del D. Lgs. 208/2021 (TUSMA) pone tra i principi fondamentali la salvaguardia della dignità della persona, mentre l'art. 37 vieta la trasmissione di programmi che presentano scene di violenza gratuita o insistita o efferata. Con la delibera n. 165/06/CSP, l'Agcom ha richiamato le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e i fornitori di contenuti radiotelevisivi a rispettare, nell'ambito dei programmi di intrattenimento, i principi fondamentali del sistema radiotelevisivo posti a garanzia degli utenti, avuto specifico riguardo alla dignità della persona, all'armonico sviluppo fisico, psichico e morale dei minori e ai diritti fondamentali della persona, ivi compreso il rispetto dei sentimenti religiosi.

Lo stesso articolo 37 del TUSMA prevede, tra l'altro, per le emittenti televisive, il divieto di trasmissione di programmi che presentano scene pornografiche, salve le norme speciali per le trasmissioni ad accesso condizionato. Con la citata norma il legislatore ha introdotto il divieto di trasmissione di programmi radiotelevisivi aventi i contenuti vietati intendendo tutelare principi, valori ed interessi (buon costume) ritenuti primari per la convivenza sociale e civile. Pertanto, il divieto di trasmissione di scene pornografiche riguarda salve le norme speciali per le trasmissioni ad accesso condizionato qualsiasi genere di programma (informazione, intrattenimento, cultura, film, fiction ecc.) e non è limitato a specifiche fasce orarie ma vige per l'intero arco della giornata.

L'Agcom ha fornito, con la delibera n. 23/07/CSP del 22 febbraio 2007, un indirizzo interpretativo della suddetta disposizione definendo la natura delle scene che, ai fini dell'applicazione della citata norma, devono qualificarsi pornografiche.

Nell'ambito delle attività di monitoraggio l'Affidatario avrà cura, previo esame delle registrazioni dei programmi andati in onda, di verificare se, alla luce dei criteri individuati con il citato atto di indirizzo del 22 febbraio 2007, sono state trasmesse scene pornografiche.

Oltre a rilevare la data, il titolo e l'orario in cui è andato in onda il programma oggetto di esame, l'Affidatario dovrà individuare l'orario di trasmissione delle singole scene e le caratteristiche che ne connotano la natura pornografica.

L'Affidatario dovrà infine rilevare, ai fini dell'applicazione del cumulo materiale delle sanzioni, se nel corso della stessa giornata di programmazione, l'emittente abbia replicato il medesimo programma ovvero abbia trasmesso programmi di natura diversa contenenti scene pornografiche: a tale scopo si rimanda alla scheda di rilevazione in **Allegato I**.

2.2.2.3 - Propaganda audiotex e videotex

Ai sensi dell'articolo 1, comma 26, del decreto-legge 545/1996, convertito dalla legge 23 dicembre 1996, n. 650, è vietata la trasmissione di servizi audiotex ed internazionali che presentino forme o contenuti di carattere erotico, pornografico o osceno. E' vietato alle emittenti televisive e radiofoniche locali propagandare servizi di tipo interattivo audiotex e videotex quali "linea diretta", "conversazione", "messaggerie locali", "chat line", "one to one" e "hot line", nelle fasce di ascolto e di visione fra le ore 7:00 e le ore 24:00.

Il D.M. 2 marzo 2006, n. 145 del Ministero delle Comunicazioni (***Regolamento recante la Disciplina dei servizi a sovrapprezzo***) stabilisce, all'articolo 21, con riguardo alla pubblicità di servizi a sovrapprezzo, che le emittenti televisive locali sono tenute al rispetto delle disposizioni di cui al citato articolo 1, comma 26, del d.l. 545/1996. Il medesimo D.M. 2 marzo 2006 definisce, all'articolo 1, lettera h), i servizi a sovrapprezzo quali "*servizi forniti attraverso reti di comunicazione elettronica, accessibili al pubblico, anche mediante l'uso di specifiche numerazioni (...), che consentono l'accesso degli utenti ad informazioni o a prestazioni a pagamento (...)*".

Nell'ambito delle attività di monitoraggio, l'Affidatario dovrà verificare che le emittenti rispettino, nella fascia oraria compresa tra le 7:00 e le 24:00, il divieto di trasmissione di programmi promozionali di servizi interattivi con numerazione telefonica a sovrapprezzo.

A tal proposito si rende necessario verificare la presenza di due condizioni. La prima riguarda l'interattività del servizio pubblicizzato e cioè la circostanza che quest'ultimo venga offerto direttamente dal vivo, e pertanto tramite un operatore. Se, infatti, il servizio viene svolto tramite segreteria telefonica preregistrata, viene a mancare il requisito della interattività con conseguente inapplicabilità della norma in esame. Altro elemento fondamentale da verificare è quello della numerazione telefonica utilizzata che deve essere riconducibile a quella prevista per i servizi a sovrapprezzo di cui all'Allegato A alla delibera dell'Agcom n. 26/08/CIR del 14 maggio 2008.

Per tale rilevazione, si rimanda alla scheda in **Allegato J**.

2.3 Area 3: Comunicazioni commerciali

2.3.1 Finalità e riferimenti normativi

L'attività di monitoraggio relativa all'area "*comunicazioni commerciali*" è finalizzata a verificare il rispetto da parte dei FSMA delle disposizioni al riguardo sancite principalmente dalle seguenti fonti normative e regolamentari:

- **D. Lgs. 8 novembre 2021, n. 208** e ss. mm. e ii., recante il nuovo *Testo unico dei servizi di media audiovisivi* (TUSMA);

- **Delibera Agcom del 26 luglio 2001, n. 538/01/CSP**, recante “*Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*”, come successivamente modificata e integrata dalle delibere nn. 250/04/CSP, 34/05/CSP, 105/05/CSP, 132/06/CSP, 162/07/CSP, 12/08/CSP e 133/08/CSP;
- **Delibera Agcom del 24 settembre 2008, n. 211/08/CSP**, recante “*Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva*”.

2.3.2 Criteri metodologici

2.3.2.1 - Forme di pubblicità

Per analizzare il rispetto delle regole sulla trasmissione di eventi pubblicitari, occorre verificare l'intera programmazione quotidiana delle emittenti oggetto di monitoraggio.

La giornata televisiva, che parte dalle ore 0.00 e termina alle ore 23:59:59, è suddivisa in 24 fasce orarie.

Gli eventi pubblicitari da analizzare sono individuati dal legislatore secondo la seguente classificazione:

- **Comunicazione commerciale audiovisiva** (art. 3, c. 1, *lett. oo*), D.lgs. 208/2021): rappresentata da qualsiasi immagine, sia essa sonora o non, destinata a promuovere, direttamente o indirettamente, i beni, i servizi o l'immagine di una persona fisica o giuridica che esercita un'attività economica e comprendente, tra l'altro, la pubblicità televisiva, la sponsorizzazione, la telepromozione, la televendita e l'inserimento di prodotti, inserite o di accompagnamento in un programma o in un video generato dall'utente dietro pagamento o altro compenso o a fini di autopromozione
- **Comunicazione commerciale audiovisiva occulta** (art. 3, c. 1, *lett. rr*), D.lgs. 208/2021): consistente nella presentazione orale o visiva di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un programma, quando tale presentazione è compiuta dal fornitore di servizi di media per scopi pubblicitari e può ingannare il pubblico circa la sua natura, con presunzione del suo carattere intenzionale, in particolare nei casi di svolgimento a pagamento o dietro altro compenso

In particolare, nel genere ‘*comunicazione commerciale audiovisiva*’ rientrano:

- **Pubblicità televisiva**, ossia ogni forma di messaggio televisivo trasmesso dietro pagamento o altro compenso, ovvero a fini di autopromozione, da un'impresa pubblica o privata o da una persona fisica nell'ambito di un'attività commerciale, industriale, artigiana o di una libera professione, allo scopo di promuovere la fornitura, dietro pagamento, di beni o di servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. pp*), D.lgs. 208/2021
- **Spot pubblicitario**, ossia ogni forma di pubblicità televisiva a contenuto predeterminato, trasmessa dalle emittenti radiofoniche e televisive, sia analogiche che digitali, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. qq*), D.lgs. 208/2021, a sua volta messo in onda in forma raggruppata nel cosiddetto **break pubblicitario**
- **Televendita**, ossia l'offerta diretta trasmessa al pubblico attraverso il mezzo televisivo e radiofonico allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. tt*), D.lgs. 208/2021. La televendita può assumere la forma della **finestra di televendita**, ai sensi dell'art. 47, comma

3, D.lgs. 208/2021, ossia della televendita di durata minima ininterrotta di 15 minuti nei servizi di media audiovisivi e di 3 minuti nei servizi di media radiofonici, e dello **spot di televendita**, ai sensi dell'art. 5-bis, comma 6, delibera n. 538/01/CSP, ossia dalla televendita di durata minima ininterrotta inferiore a 15 minuti nei servizi di media audiovisivi e a 3 minuti nei servizi di media radiofonici

- **Telepromozione**, ossia 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, realizzata dal fornitore di un servizio di media audiovisivo nell'ambito di un programma al fine di promuovere la fornitura, dietro compenso, dei beni o dei servizi presentati o esibiti, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. vv*), D.lgs. 208/2021
- **Autopromozione**, ossia l'annuncio effettuato dal fornitore di un servizio di media audiovisivo relativo ai propri programmi ed ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati ovvero in relazione a programmi e servizi di media di altre entità appartenenti al medesimo gruppo di emittenti, ai sensi dell'articolo 51 del Testo unico e dell'articolo 2359 del codice civile, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. eee*), D.lgs. 208/2021
- **Sovrimpressione**, ossia la sovrimpressione caratterizzata da contemporaneità di trasmissione e sovrapposizione rispetto al programma televisivo in cui è inserita, consistente nella diffusione simultanea o parallela del contenuto redazionale e del contenuto pubblicitario, ai sensi dell'art. 5, Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva - Allegato A) alla delibera n. 211/08/CSP del 24 settembre 2008
- **Inserimento di prodotti**, ossia ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o al relativo marchio così che appaia all'interno di un programma o di un video generato dall'utente dietro pagamento o altro compenso, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. uu*), D.lgs. 208/2021
- **Sponsorizzazione**, ossia ogni contributo di imprese pubbliche o private o di persone fisiche non impegnate nella fornitura di servizi di media audiovisivi o di servizi di piattaforma per la condivisione di video o nella produzione di opere audiovisive al finanziamento di servizi di media audiovisivi, di servizi di piattaforma per la condivisione di video, di video generati dagli utenti o di programmi al fine di promuoverne il nome, il marchio, l'immagine, le attività o i prodotti, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. ss*), D.lgs. 208/2021

2.3.2.2 - Rilevazioni

I controlli sulle comunicazioni commerciali dovranno essere volti a verificare l'eventuale violazione da parte dei FSMA delle norme vigenti relativamente ai seguenti ambiti:

- A) **AFFOLLAMENTO PUBBLICITARIO**: controllo delle percentuali di pubblicità oraria e giornaliera trasmessa;
- B) **POSIZIONAMENTO**: controllo delle modalità dell'inserimento dei messaggi pubblicitari nei programmi;
- C) **CONTENUTO**;
- D) **RICONOSCIBILITA'**;
- E) **DIVIETI**.

Per le rilevazioni si compilerà una tabella corrispondente alla verifica effettuata per ciascuna delle ipotesi di violazione, utilizzando i modelli delle tabelle in allegato (da Allegato **K** a Allegato **EE**).

Le tabelle dovranno riportare le seguenti informazioni:

- Emittente monitorata;
- Giorno, mese e anno della trasmissione;
- Ora, minuti e secondi della trasmissione;
- Titolo del programma al cui interno è stata rilevata l'infrazione;
- Descrizione dell'infrazione e riferimento normativo.

A) Affollamento pubblicitario

Per il calcolo dell'affollamento pubblicitario, occorre fare riferimento alle seguenti fasce orarie previste dall'art. 45 del D. Lgs. 208/2021: 06:00 - 18:00 e 18:00 - 24:00.

In particolare:

- le emittenti televisive, anche analogiche, operanti in ambito locale, sono tenute alla trasmissione di messaggi pubblicitari, nelle fasce orarie predette, in misura non eccedente il 25% (art. 45, comma 8, D.lgs. 208/2021);
- i fornitori di servizi di media audiovisivi e radiofonici a carattere comunitario in ambito locale si impegnano a non trasmettere più del 5% di pubblicità per ogni ora di diffusione, ai sensi dell'art. 3, comma 1, *lett. r*), D.lgs. 208/2021.

Sono ricompresi nel calcolo dell'affollamento:

- gli spot pubblicitari;
- gli spot di televendita;
- gli spot di telepromozione;
- le sovrimpressioni o esposizioni, statiche o animate (in logo);
- gli spot isolati;
- gli annunci dello sponsor del programma che nel visualizzare, menzionare o inquadrare il prodotto o nel descrivere o menzionare il servizio, ne stimolano l'acquisto, il noleggio o la fornitura;
- le televendite.

Nell'effettuare il calcolo, deve essere applicata una detrazione pari a 10/25 di secondo (400 millisecondi) per ciascuno degli eventi pubblicitari relativa a *frames neri*/schermo neutro tra una comunicazione commerciale audiovisiva e l'altra.

Fattispecie escluse dal computo dell'affollamento

Premesso che, ai sensi dell'articolo 48 del TUSMA, l'inserimento di prodotti è consentito in tutti i servizi di media audiovisivi, fatta eccezione per i notiziari e i programmi di attualità, i programmi per i consumatori, i programmi religiosi e i programmi per bambini, non sono considerati, ai fini del calcolo dei limiti massimi, i messaggi promozionali 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 dalle emittenti radiofoniche e televisive pubbliche e private gratuitamente o a condizioni di favore, nonché, a condizione che

abbiano autonoma collocazione nella programmazione e che non siano inseriti all'interno di un'interruzione pubblicitaria, i filmati promozionali o di presentazione di opere cinematografiche di nazionalità europea di prossima programmazione (art. 45, comma 10, TUSMA).

Sono inoltre escluse dal calcolo dell'affollamento:

- le **finestre di televendita**;
- le **telepromozioni presentate “nell'ambito del programma”**.

Sono, altresì, esclusi dal computo dell'affollamento:

a) annunci promozionali/autopromozioni ossia annunci relativi ai programmi diffusi sulle varie piattaforme o ai prodotti collaterali da essi direttamente derivati, riconducibili alla responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media audiovisivi o radiofonici. Trattasi di annunci aventi ad oggetto i prodotti, i servizi e i programmi del servizio media audiovisivo o radiofonico stesso: per definire un prodotto collaterale è indispensabile che esso sia riconducibile direttamente alla società che fornisce il servizio media audiovisivo o radiofonico che trasmette il programma, i quali si distinguono in:

- *promo*: annunci relativi ad un'imminente o futura trasmissione di programmi;
- *autopubblicità*: annunci relativi ai prodotti collaterali appartenenti allo stesso gruppo editoriale del servizio di media audiovisivo o radiofonico, su cui l'annuncio è trasmesso;

b) annunci di sponsorizzazione, i quali si distinguono in:

- *inviti all'ascolto*: inviti all'ascolto e offerte di programma da parte di uno sponsor prima della sua trasmissione e ringraziamenti per aver assistito alla visione di un programma, posizionati alla sua fine. È ammessa la sola citazione del nome e/o del logotipo delle imprese diverse dal fornitore del servizio di media audiovisivo o radiofonico, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste (art. 4, comma 1, d.m. 581/93)
- *billboards*: ringraziamenti trasmessi dopo la fine del programma per l'ascolto e per la visione del programma stesso, in genere accompagnati dalla sola citazione del nome e/o del logotipo di una o più imprese diverse dal fornitore del servizio di media audiovisivo o radiofonico, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste (art. 4, comma 1, decreto Ministero Poste 581/93)
- *spot-jingles*: segnali acustici trasmessi in occasione delle interruzioni di programmi accompagnati dalle sole citazioni di nome e/o marchio dello sponsor con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste (art. 5, comma 1, d.m. n. 581/93)
- *preannunci o inviti all'ascolto*: annunci di durata non superiore a otto secondi, di programmi dei quali sia prevista la trasmissione, c.d. promos accompagnati dalla sola citazione del nome e/o del logotipo dello sponsor, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di questo. Tali inviti all'ascolto non possono superare il numero di tre per ciascun programma diffuso sui servizi di media audiovisivi in ambito nazionale. Con riferimento ai servizi di media radiofonici, tali inviti all'ascolto non sono soggetti a un limite numerico (artt. 4, comma 2 e 5, comma 2, d.m. 581/93).

In particolare, le caratteristiche che permettono agli annunci di sponsorizzazione di non essere soggetti alla disciplina in materia di affollamenti sono:

- l'assenza di inquadrature del prodotto e/o del servizio;
- l'assenza di qualsiasi forma di promozione sonora o visiva del prodotto e/o del servizio;
- l'assenza della scritta “Pubblicità” sullo schermo televisivo nel corso della trasmissione dell'annuncio stesso ovvero dell'indicazione “Pubblicità” nel corso della trasmissione dell'annuncio radiofonico.

Ove anche una soltanto delle predette condizioni non sia rispettata, gli annunci di sponsorizzazioni sono da considerarsi quale fattispecie di pubblicità e, quindi, soggetti ai limiti dell'affollamento pubblicitario;

c) campagne sociali (annunci di servizio pubblico): messaggi di pubblica utilità (es. AISM, Telethon, Save the Children, Consorzio Comieco, etc) trasmessi allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica relativamente ad argomenti di interesse sociale (articolo 5, comma 1, delibera Agcom 538/01/CSP);

d) informazione e comunicazione istituzionale messaggi promossi da Enti statali o da altre Istituzioni pubbliche o private, associazioni di categoria, per informare il cittadino (art. 5, comma 1, delibera Agcom 538 /01/ CSP);

e) messaggi di produttori editoriali e messaggi di librai (art. 45, comma 10, TUSMA);

f) filmati promozionali o di presentazione di opere cinematografiche di nazionalità europea di prossima programmazione: vale a dire spot di film cinematografico di prossima uscita nelle sale (es "Coming soon"), ma solo di nazionalità europea. L'insieme di spezzoni di più film (trailer) relativi a diverse opere costituisce un programma di anteprima cinematografica e risulta già escluso dal conteggio degli affollamenti (art. 45, comma 10, TUSMA);

g) inserimento di prodotti (art. 48 TUSMA).

B) Posizionamento della pubblicità all'interno e tra programmi

La disposizione normativa di riferimento è contenuta nell'art. 44, D.lgs. 208/2021 e nell'art. 4, comma 5 del *Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite* di cui alla Del. 538/01/CONS e ss.mm.ii.

Gli spot pubblicitari e di televendita isolati, fatta eccezione per il caso in cui siano inseriti in trasmissioni di eventi sportivi, costituiscono eccezioni. La pubblicità televisiva e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma in modo tale che non ne sia pregiudicata l'integrità, tenuto conto degli intervalli naturali dello stesso nonché della sua durata e natura, e dei diritti dei titolari (art. 44, comma 2, D.lgs. 208/2021).

L'inserimento di messaggi pubblicitari durante la trasmissione di opere teatrali, liriche e musicali è consentito nel rispetto dei principi di cui ai commi precedenti e comunque negli intervalli abitualmente effettuati nelle sale teatrali (art. 44, comma 3, D.lgs. 208/2021).

La trasmissione televisiva di notiziari, opere cinematografiche e film prodotti per la televisione, ad esclusione di serie, film a episodi e documentari, può essere interrotta da pubblicità televisiva ovvero televendite o entrambi soltanto una volta per ogni periodo programmato di almeno trenta minuti. (art. 44, comma 4, D.lgs. 208/2021).

La pubblicità televisiva e le televendite non possono essere inserite durante la trasmissione di funzioni religiose.

La trasmissione di programmi per bambini può essere interrotta da pubblicità televisiva soltanto una volta per ogni periodo programmato di almeno trenta minuti, purché la durata programmata della trasmissione sia complessivamente superiore a trenta minuti. La pubblicità televisiva e le televendite relative al gioco d'azzardo sono in ogni caso proibite secondo quanto disposto dall'art. 9 del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, convertito, con modificazioni, dalla legge 9 agosto 2018, n. 96 (art. 44, comma 5, D.lgs. 208/2021).

Alle emittenti televisive che operano in ambito locale e le cui trasmissioni sono destinate unicamente al territorio nazionale, ad eccezione delle trasmissioni effettuate in interconnessione, in deroga alle disposizioni di cui all'art. 44, D.lgs. 208/2021, sono consentite, durante la trasmissione di opere teatrali, cinematografiche, liriche e musicali, oltre a quelle inserite nelle pause naturali delle opere medesime, due interruzioni pubblicitarie per ogni atto o tempo indipendentemente dalla durata delle opere stesse. Per le opere di durata programmata non inferiore a centodieci minuti, sono

consentite tre interruzioni pubblicitarie, più una interruzione supplementare ogni trenta minuti di durata programmata ulteriore rispetto ai centodieci minuti (art. 44, comma 6, D.lgs. 208/2021).

Ai fini dell'art. 44, d.lgs. 208/2021, per durata programmata si intende il tempo di trasmissione compreso tra l'inizio della sigla di apertura e la fine della sigla di chiusura del programma, calcolato al lordo della pubblicità inserita, come previsto nella programmazione del palinsesto (art. 44, comma 7, D.lgs. 208/2021).

Nel corso di eventi sportivi la pubblicità e gli spot di televendita possono essere inseriti negli intervalli previsti dal regolamento ufficiale della competizione sportiva in corso di trasmissione o negli arresti di gioco suscettibili di essere aggiunti alla durata regolamentare del tempo, ove l'inserimento del messaggio pubblicitario non interrompa l'azione sportiva e sempre che per le partite di calcio gli spot pubblicitari e di televendita isolati siano in numero non superiore a sei nei tempi regolamentari, ai sensi dell'art. 4, comma 5 del *Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*.

Come specificato dall'art. 4 della delibera n. 211/08/CSP, del 24 settembre 2008, recante "*Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva*", ai fini della identificazione degli arresti di gioco suscettibili di essere aggiunti alla durata regolamentare del tempo complessivo di una competizione sportiva, in occasione dei quali è consentito ai sensi dell'art. 4, comma 5 del *Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*, si ha riferimento a quanto disposto dai regolamenti ufficiali, nazionali e internazionali, della singola disciplina sportiva.

Fermo il divieto di interruzione della visione dell'azione sportiva, la pubblicità potrà essere inserita soltanto nelle situazioni di arresto di gioco che, in base ai regolamenti ufficiali delle specifiche discipline sportive, alternativamente o determinino l'obbligo, per l'arbitro, di disporre il recupero del tempo, ovvero, in presenza di discrezionalità arbitrale, siano caratterizzate da elementi che, in base alle concrete modalità di accadimento dell'evento interrottivo e al contesto di ciascuna singola competizione sportiva, inducano l'emittente a ritenere secondo un criterio di ragionevole prevedibilità che al termine del tempo di durata della competizione l'arbitro disponga il recupero del tempo di arresto di gioco.

Con specifico riguardo alle partite di calcio, in attuazione dei criteri di cui ai punti precedenti, la pubblicità potrà essere inserita in presenza degli eventi interrottivi che, a norma del Regolamento ufficiale del gioco del calcio, obbligano l'arbitro al recupero del tempo di arresto di gioco.

Ai fini della identificazione dei casi di recupero del tempo di arresto di gioco rimessi dal citato Regolamento alla discrezionalità arbitrale, quali "*manovre tendenti a perdere deliberatamente tempo*", "*ogni altra causa*", dovrà essere fatto riferimento alle indicazioni fornite al proposito dalla "*guida pratica*" della Associazione Italiana Arbitri.

C) Contenuti della comunicazione pubblicitaria

Costituiscono ipotesi di violazione:

- a)** la presenza dello stesso presentatore del programma nel corso della televendita e/o nel corso della telepromozione (art. 3, comma 4, delibera AGCOM n. 538/01/CSP);
- b)** la pubblicità che ha per protagonisti gli stessi personaggi del cartone adiacente (art. 3, comma 4, della delibera AGCOM n. 538/01/CSP);
- c)** la trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive che fanno richiamo a presentatori di TG o di rubriche di attualità (art 3, comma 5, delibera n. 538/01/CSP);
- d)** la trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive contenenti parodie o imitazioni di programmi (art 3, comma 6, della delibera AGCOM n. 538/01/CSP).

a) Presenza dello stesso presentatore del programma nel corso della televendita e/o nel corso della telepromozione:

Oggetto del monitoraggio è l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

I messaggi pubblicitari, incluse le telepromozioni e le televendite, in qualsiasi forma trasmessi, non possono essere presentati dal conduttore del programma in corso nel contesto dello stesso.

In merito, per ciascun FSMA, nella reportistica devono essere segnalati i casi in cui si verifichi che lo stesso presentatore, nel corso di un programma televisivo, presenti una televendita o una telepromozione, senza il cambio di contesto scenico.

b) Pubblicità che ha per protagonisti gli stessi personaggi del cartone adiacente:

Oggetto del monitoraggio sono i cartoni animati e i break pubblicitari ad essi adiacenti (precedenti o successivi).

Nella pubblicità diffusa prima o dopo i cartoni animati non possono comparire i personaggi dei medesimi cartoni animati.

In merito per ciascun FSMA nella reportistica deve essere segnalata la presenza dei personaggi dei cartoni animati utilizzati negli eventi pubblicitari diffusi a ridosso degli stessi cartoni (immediatamente prima e/o immediatamente dopo e contenenti gli stessi soggetti dei cartoni).

c) Trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive che fanno richiamo a presentatori di TG o di rubriche di attualità:

Nel corso della trasmissione delle comunicazioni commerciali audiovisive, incluse le telepromozioni e le televendite, non deve farsi richiamo a persone che presentano regolarmente i telegiornali e le rubriche di attualità.

In merito devono essere monitorate tutte le comunicazioni commerciali audiovisive trasmesse nel palinsesto giornaliero e forniti i relativi dati (servizio di media audiovisivo, fattispecie di comunicazione commerciale audiovisiva, data e ore di trasmissione).

d) Trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive contenenti parodie o imitazioni di programmi:

Non devono essere trasmesse comunicazioni commerciali audiovisive, incluse le televendite, che imitino o costituiscano la parodia di un particolare programma prima o dopo la sua trasmissione, né durante i suoi intervalli.

In merito devono essere monitorate tutte le comunicazioni commerciali audiovisive trasmesse nel palinsesto giornaliero e forniti i relativi dati (nominativo FSMA, fattispecie di comunicazione commerciale audiovisiva, data e ore di trasmissione).

D) Riconoscibilità delle comunicazioni commerciali

Le ipotesi di violazione sono relative ai seguenti aspetti:

a) Riconoscibilità e distinguibilità delle comunicazioni commerciali audiovisive (art. 43, comma 1, lett. a) e art. 44, comma 1, D.Lgs. 208/2021 e art. 3, commi 1 e 2 della delibera AGCOM n. 538/01/CSP);

b) Riconoscibilità e distinguibilità della televendita (art. 43, comma 1, lett. a) e art. 44, comma 1, D.Lgs. 208/2021 e art. 3, commi 1 e 2 della delibera AGCOM n. 538/01/CSP);

c) Riconoscibilità e distinguibilità della telepromozione (art. 13, comma 3, D.M. 581/93);

d) Riconoscibilità della sponsorizzazione (art. 46, comma 1, lett. b), TUSMA);

e) Riconoscibilità dell'inserimento di prodotti (art. 48, TUSMA);

f) Comunicazioni commerciali occulte (art. 43, comma 1, lett. a), TUSMA).

a) Riconoscibilità e distinguibilità delle comunicazioni commerciali audiovisive:

Oggetto del monitoraggio è l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

Le comunicazioni commerciali audiovisive devono essere prontamente riconoscibili come tali e sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte (art. 43, comma 1, lett. a), TUSMA).

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. Il livello sonoro delle comunicazioni commerciali audiovisive non deve essere di potenza superiore a quella ordinaria dei programmi e deve essere contenuto entro i limiti fissati con delibera dell'Autorità (art. 44, comma 1, TUSMA).

Nella relativa reportistica devono essere riportate le informazioni in merito all'eventuale mancato inserimento di segnali ottici o acustici o della dovuta scritta "*pubblicità*" sullo schermo televisivo nel corso della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva.

b) Riconoscibilità e distinguibilità della televendita:

Il monitoraggio deve investire l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

La pubblicità televisiva e le televendite devono essere tenute nettamente distinte dal resto del programma con mezzi ottici acustici o spaziali.

Nella relativa reportistica devono essere riportate le informazioni in merito all'eventuale mancato inserimento di segnali ottici o acustici o della dovuta scritta "*televendita*" sullo schermo televisivo nel corso della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva.

c) Riconoscibilità e distinguibilità della telepromozione:

Il monitoraggio deve investire l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

Le telepromozioni devono essere riconoscibili come tali ed essere distinte dal resto del programma mediante la scritta "*messaggio promozionale*" per tutta la loro durata.

Nella relativa reportistica devono essere riportate le informazioni in merito all'eventuale mancato inserimento di segnali ottici o acustici o della dovuta scritta "*messaggio promozionale*" sullo schermo televisivo per tutta la durata della trasmissione della telepromozione.

d) Riconoscibilità della sponsorizzazione:

Il monitoraggio deve investire l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

Il contenuto di una trasmissione sponsorizzata non può in nessun caso essere influenzato dallo sponsor in maniera tale da ledere la responsabilità e l'autonomia editoriale dei fornitori di servizi di media audiovisivi o della concessionaria pubblica nei confronti delle trasmissioni. I programmi sponsorizzati devono essere chiaramente riconoscibili come tali e indicare il nome, il logotipo o qualsiasi altro simbolo o segno distintivo dello sponsor, all'inizio o alla fine del programma. 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.

I servizi di media audiovisivi e i programmi non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui attività principale consista nella produzione o vendita di sigarette, come pure di sigarette elettroniche, contenitori di liquido di ricarica, o di altri prodotti a base di tabacco o di nicotina.

Nella relativa reportistica devono essere riportate le informazioni in merito al riconoscimento dei programmi sponsorizzati mediante l'indicazione del nome e/o del logo dello sponsor all'inizio e/o alla fine del programma.

e) Riconoscibilità dell'inserimento di prodotti:

Il monitoraggio deve investire l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

I programmi che contengono l'inserimento di prodotti devono informare a tal proposito tramite identificazione all'inizio e alla fine della trasmissione e quando il programma riprende dopo un'interruzione pubblicitaria, per evitare ogni possibile confusione da parte del telespettatore.

I programmi che contengono l'inserimento di prodotti devono rispettare le disposizioni di cui all'art. 48, comma 3, TUSMA. E' vietato l'inserimento di prodotti quali sigarette e altri prodotti a base di tabacco o contenenti nicotina, come pure le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica, o prodotti di imprese la cui attività principale è la produzione o la vendita di tali prodotti; specifici medicinali, dispositivi medici di cui al regolamento (UE) n. 2017/745 o cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione nell'ambito del territorio italiano.

Nella relativa reportistica devono essere riportate le informazioni in merito all'eventuale mancato inserimento di avvisi all'inizio e alla fine della trasmissione e alla ripresa dopo un'interruzione pubblicitaria che informino il telespettatore dell'inserimento di prodotti nonché i seguenti dati: nominativo FSMA, giorno, mese, anno della trasmissione, inizio e fine della trasmissione, titolo del programma al cui interno è stata rilevata l'infrazione, inizio e fine di inserimento prodotti e descrizione dell'infrazione e riferimento norma violata.

f) Comunicazioni commerciali occulte:

Il monitoraggio deve investire l'intero palinsesto televisivo giornaliero.

Sono proibite le comunicazioni commerciali occulte.

È considerata comunicazione commerciale audiovisiva occulta l'esibizione o la citazione a fini promozionali di beni, di servizi, del nome, del marchio o delle attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi in un contesto comunicazionale informativo o di intrattenimento, allorché sussistano inquadrature indugianti in maniera innaturale sull'immagine commerciale ed inserite in modo artificioso nell'ambito del servizio, tali da non essere plausibilmente giustificabili in ragione di particolari esigenze artistiche o narrative (Tar Lazio, sez. III, 17 gennaio 2007, n. 308).

Nella relativa reportistica devono essere riportati i seguenti dati: nominativo FSMA, giorno, mese, anno della trasmissione, inizio e fine della trasmissione, titolo del programma al cui interno è stata rilevata l'infrazione, inizio e fine della pubblicità occulta e descrizione dell'infrazione e riferimento norma violata.

E) Divieti

Le ipotesi di divieto sono relative a:

- a)** trasmissione di comunicazioni commerciali (spot e televendite) vietate (art. 43, TUSMA);
- b)** divieti di trasmissione di sponsorizzazione dei servizi e dei programmi (art. 46, TUSMA);
- c)** disciplina delle sponsorizzazioni dei programmi contenitore (art. 9, commi 1 e 2, D.M. n. 581/93);
- d)** divieto di trasmissione di televendite relative a beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili (art. 5-ter, commi 1, 2 e 3, delibera AGCOM n. 538/01/CSP);
- e)** divieto di trasmissione di propaganda di servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici del gioco del lotto, enalotto, totocalcio, totogol totip lotterie e giochi di tipo interattivo (art. 1, comma 26 del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545 convertito con legge 23 dicembre 1996 n. 650 e art. 5-ter, comma 6, delibera AGCOM n. 538/01/CSP);
- f)** divieto di trasmettere pubblicità (giochi a pagamento), ai sensi degli artt. 938 e 939, l. 28 dicembre 2015, n. 208 e dell'art. 9, comma 1, legge n. 96 del 9 agosto 2018;

g) divieto di sponsorizzazione di giornali radio, di notiziari vari e di programmi di consulenza per i consumatori (art. 7, commi 1 e 2, d.m. n. 581/93).

a) Trasmissione di comunicazioni commerciali vietate (art. 43, TUSMA):

Sono vietate comunicazioni commerciali (art. 43, comma 1, lett. c), TUSMA) e televendite (art. 47, comma 1, TUSMA) che vilipendono la dignità umana, promuovono discriminazioni e incoraggiano comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza.

E' vietata qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva per le sigarette e gli altri prodotti a base di tabacco o contenenti nicotina, comprese quelle per sigarette elettroniche e contenitori di liquido di ricarica. Tali comunicazioni sono vietate anche se effettuate in forma indiretta, mediante utilizzo di nomi, marchi, simboli o di altri elementi caratteristici di prodotti del tabacco o di aziende la cui attività principale consiste nella produzione o nella vendita di tali prodotti (art. 43, lett. d), TUSMA). Sono vietate le comunicazioni commerciali audiovisive per le bevande alcoliche che si rivolgono specificatamente ai minori e ne' incoraggiano il consumo smodato (art. 43, lett. e), TUSMA e art. 44, comma 9, TUSMA) e quelle di medicinali e cure mediche che, nel territorio italiano, si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica (art. 43, lett. f), TUSMA). Sono vietate le comunicazioni commerciali che sfruttano l'inesperienza o la credulità di minori (art. 43, lett. g), TUSMA) e quelle relative al gioco d'azzardo.

E' vietata la televendita di sigarette, sigarette elettroniche, contenitori di liquidi di ricarica o altri prodotti del tabacco o contenenti nicotina (art. 47, comma 1, TUSMA).

b) Divieti di trasmissione di sponsorizzazione dei servizi e dei programmi (art. 46, D.Lgs. 208/2021):

I servizi di media audiovisivi e i programmi non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui attività principale consista nella produzione o vendita di sigarette, come pure di sigarette elettroniche, contenitori di liquido di ricarica, o di altri prodotti a base di tabacco o di nicotina (art. 46, comma 2, TUSMA).

La sponsorizzazione di servizi di media audiovisivi o di programmi da parte di imprese le cui attività comprendono la produzione o la vendita di medicinali e di cure mediche può riguardare la promozione del nome o dell'immagine dell'impresa, ma non può promuovere specifici medicinali, dispositivi medici di cui al regolamento (UE) n. 2017/745 o cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione medica (art. 46, comma 3, TUSMA).

E' vietata la sponsorizzazione di telegiornali, radiogiornali e notiziari di carattere politico (art. 46, comma 5, TUSMA) e mostrare il logo di una sponsorizzazione durante i programmi per bambini, i documentari e i programmi religiosi (art. 46, comma 6, TUSMA).

Oggetto del monitoraggio è l'intero palinsesto televisivo e i relativi dati (servizio di media audiovisivo, programma televisivo sponsorizzato e data e ore di trasmissione, sponsorizzazione trasmessa e data e ora di trasmissione).

c) Sponsorizzazioni dei programmi contenitore (art. 9, commi 1 e 2, D.M. n. 581/93):

Ogni programma sponsorizzato, inserito in un programma contenitore, deve essere identificato per mezzo di una sigla di apertura posta all'inizio e di una di chiusura alla fine del programma stesso. Si deve, pertanto, controllare che le sigle siano correttamente poste, al fine di segnalare il programma sponsorizzato e non il programma contenitore. Inoltre, si deve monitorare che all'interno del programma contenitore, per ogni ora di programmazione, sia trasmesso un solo programma sponsorizzato. In caso di riscontro di violazioni alla suddetta normativa, nella relativa reportistica devono essere fornite tutte le informazioni di dettaglio necessarie all'eventuale avvio della fase istruttoria da parte dell'Autorità (es. di informazioni: denominazione del servizio di media, data e ora di trasmissione del programma monitorato, descrizione dell'episodio di violazione e registrazione dello stesso).

d) Divieto di trasmissione di comunicazioni commerciali audiovisive relative a beni e a servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili (art. 5-ter, commi 1, 2, 3, 4 e 5, delibera AGCOM n. 538/01/CSP):

È vietato trasmettere le televendite di cui sopra che mostrano in sovrapposizione o comunque inducono ad utilizzare numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione specifica, o numerazioni telefoniche che, a loro volta, inducano all'utilizzazione di numerazioni per servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione specifica.

È vietato trasmettere le televendite di cui sopra tra le ore 07.00.00 e le ore 23.00.00.

È vietato trasmettere le televendite di cui sopra che traggono in inganno il pubblico, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, sul contenuto e gli effetti dei beni o servizi offerti, che non evitano ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, in particolare delle categorie di utenti psicologicamente più vulnerabili.

È vietato trasmettere pubblicità e telepromozioni relative a beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e altri giochi simili che traggono in inganno il pubblico, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, sul contenuto e gli effetti dei beni o servizi offerti e che non evitano ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, in particolare delle categorie di utenti psicologicamente più vulnerabili.

È vietato trasmettere pubblicità e telepromozioni di cui sopra, in cui si faccia uso di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, senza che sia inserita l'informativa, mediante scritte in sovrapposizione chiaramente percepibili ovvero mediante avviso verbale, della facoltà, per l'utente, di attuare il blocco selettivo delle chiamate verso le stesse numerazioni, facendone richiesta al proprio operatore telefonico.

In merito devono essere monitorate tutte le comunicazioni commerciali audiovisive trasmesse nel palinsesto giornaliero, i cui dati vanno inseriti nella relativa reportistica (nominativo FSMA, comunicazione commerciale audiovisiva trasmessa e relativa descrizione, data e ore di trasmissione).

e) Divieto di trasmissione di propaganda di servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici del gioco del lotto, enalotto, totocalcio, totogol totip lotterie e giochi di tipo interattivo (art. 1, comma 26 del decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545 convertito con legge 23 dicembre 1996 n. 650 e art. 5-ter, comma 6, delibera AGCOM n. 538/01/CSP):

È vietato propagandare servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi a pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e altri giochi simili di tipo interattivo audiotex e videotex quali linea diretta, conversazione, messaggierie locali, chat line, one to one e hot line, nelle fasce di ascolto e di visione fra le ore 7.00.00 e le ore 24.00.00.

Oggetto del monitoraggio è il palinsesto giornaliero e la relativa reportistica deve contenere i seguenti dati: nominativo FSMA, giorno, mese, anno della trasmissione, inizio e fine della trasmissione, titolo del programma al cui interno è stata rilevata l'infrazione, inizio e fine della violazione riscontrata e descrizione della violazione e riferimento norma violata.

f) Divieto di trasmettere pubblicità (giochi a pagamento), ai sensi degli artt. 938 e 939, l. 28 dicembre 2015, n. 208 e dell'art. 9, comma 1, legge n. 96 del 9 agosto 2018:

In particolare, la normativa citata prescrive il divieto di trasmettere pubblicità concernente il gioco a pagamento. Il divieto è esteso alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche nonché la sovrapposizione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti. Vengono esclusi dal divieto le lotterie nazionali a estrazione differita e altre

manifestazioni; ai contratti in essere, inoltre, continua ad applicarsi la legislazione previgente, per tutta la loro durata.

In merito la relativa reportistica deve contenere i seguenti dati: nominativo FSMA, giorno, mese, anno della trasmissione, inizio e fine della trasmissione, titolo del programma al cui interno è stata rilevata l'infrazione, inizio e fine della violazione riscontrata e descrizione della violazione e riferimento norma violata.

g) Divieto di sponsorizzazione di giornali radio, di notiziari vari e di programmi di consulenza per i consumatori (art. 7, commi 1 e 2, d.m. n. 581/93):

Il monitoraggio mira ad accertare che i giornali radio e i notiziari di carattere politico, economico e finanziario, nonché i programmi di consulenza per i consumatori non siano sponsorizzati.

Sono oggetto di monitoraggio i telegiornali, i notiziari politici, i notiziari economici, i notiziari finanziari e i programmi di consulenza per i consumatori.

2.4 Area 4: Pluralismo politico e sociale

2.4.1 Finalità e riferimenti normativi

L'attività di monitoraggio nell'area "*pluralismo politico e sociale*", articolata nel "*pluralismo socio-culturale*" e nel "*pluralismo politico-istituzionale*", è finalizzata a verificare il rispetto da parte dei FSMA oggetto di campione (la testata regionale RAI, come premesso, sarà monitorata solo rispetto all'ambito del "*pluralismo politico-istituzionale*"), delle seguenti disposizioni normative e regolamentari:

- **Legge 22 febbraio 2000, n. 28** recante "*Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica*";
- **Legge 6 novembre 2003, n. 313** recante "*Disposizioni per l'attuazione del principio del pluralismo nella programmazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali*";
- **Delibera Agcom n. 200/00/CSP** "*Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali*".
- **Decreto del Ministero delle Comunicazioni 8 aprile 2004** recante "*Codice di autoregolamentazione in materia di attuazione del principio del pluralismo, sottoscritto dalle organizzazioni rappresentative delle emittenti radiofoniche e televisive locali*", ai sensi dell'art. 11-quater, comma 2, della legge 22 febbraio 2000, n. 28, come introdotto dalla legge 6 novembre 2003, n. 313;
- **Delibere Agcom e della Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza dei Servizi Radiotelevisivi** (relativamente alla programmazione regionale della Rai) emanate in occasione delle singole competizioni elettorali e referendarie e nei periodi non elettorali.

In tale ambito, le rilevazioni devono distinguere tra:

- 1) Parità di accesso ai programmi di comunicazione politica e ai messaggi autogestiti durante le campagne elettorali e referendarie e nei periodi non elettorali (legge n. 28/2000 e successive delibere di attuazione). In questo caso il monitoraggio riguarda i soggetti politici così come definiti dalla legge n. 28/2000 e dalle successive delibere di attuazione dell'Agcom e della

Commissione Parlamentare di Vigilanza e mira a verificare il rispetto delle disposizioni ivi previste;

- 1) Pluralismo politico-istituzionale nella programmazione televisiva quotidiana (telegiornali e programmi diversi da quelli di comunicazione politica e dai messaggi auto-gestiti): in questo caso il monitoraggio rileva:
 - i soggetti politici ed istituzionali che, tanto in periodo non elettorale quanto in periodo elettorale, hanno spazio nella programmazione quotidiana trasmessa dalle emittenti televisive e i tempi da essi fruiti;
 - i temi che propongono all'opinione pubblica;
- 2) Pluralismo sociale nella programmazione televisiva quotidiana nel qual caso le rilevazioni si riferiscono:
 - ai soggetti sociali che hanno spazio nei programmi televisivi quotidiani ed ai tempi da essi fruiti;
 - ai temi ed alle istanze di cui sono portatori.

2.4.2 Criteri metodologici

2.4.2.1 - I programmi da monitorare

Fatta eccezione per il monitoraggio strettamente pertinente la testata regionale RAI rispetto alla quale, come premesso al punto 2 dell'art. 1.1 "Oggetto del servizio", le rilevazioni dovranno avere riguardo alla sola area del pluralismo politico-istituzionale nell'ambito dei notiziari trasmessi quotidianamente dalla detta testata per un arco temporale di 30 giorni di riferimento, le rilevazioni relative alle restanti emittenti oggetto del monitoraggio devono essere effettuate sulla programmazione dell'intera giornata televisiva (24 ore su 24), con riferimento alle seguenti tipologie di programmi:

- Notiziari (con l'esclusione dei servizi teletext);
- Talk Show;
- Programmi informativi/approfondimento;
- Attualità (la rilevazione va condotta su Rotocalchi, Trasmissioni di servizio, Inaugurazioni, Premiazioni, Manifestazioni di piazza);
- Eventi religiosi (con l'esclusione della Santa Messa);
- "Messaggi politici autogestiti" (come definiti dalla legge n. 28/2000) - eventuali;
- Programmi di "Comunicazione politica" (come definiti dalla legge n. 28/2000) - eventuali.

I programmi oggetto di monitoraggio, individuati in base alle tipologie sopra indicate, devono essere catalogati, archiviati e conservati secondo le modalità specificate dal presente Capitolato.

Il Co.re.com si riserva la facoltà di apportare all'elenco dei programmi e delle tipologie di programmi da monitorare ogni modifica ritenuta necessaria, senza che l'Affidatario possa accampare alcun diritto a nuovi o maggiori compensi. Ogni eventuale modifica dovrà essere adottata entro i termini fissati dal Co.re.com.

2.4.2.2 - I dati da rilevare

Per ciascun programma debbono essere rilevate informazioni relative ai seguenti aspetti:

- Gli elementi identificativi del programma;
- I soggetti individuali e collettivi che fruiscono direttamente dello spazio nel programma per rappresentare personalmente le proprie tesi (c.d. "soggetti che parlano"), ovvero i soggetti che fruiscono indirettamente dello spazio nel programma (soggetti di cui si parla nel corso del programma). Per soggetto individuale si intende la persona fisica, ad esempio il singolo esponente di un partito politico, di un'associazione di categoria, etc.. Per soggetto collettivo si intende, ad esempio, un partito politico inteso come l'insieme degli esponenti, un'associazione intesa come l'insieme dei componenti, etc.;
- I tempi fruiti nel programma direttamente dai soggetti che appaiono in video per rappresentare personalmente le proprie tesi, ovvero i tempi fruiti indirettamente dai soggetti di cui si parla nel corso del programma;
- Gli argomenti trattati nel corso del programma, anche in relazione ai soggetti che appaiono in video nel programma per rappresentare personalmente le proprie tesi, ovvero in relazione ai soggetti di cui si parla nel corso del programma;
- La descrizione degli eventi informativi che si susseguono in sequenza (singola notizia, singolo servizio, intervista, intervento in dibattito, ecc.) nei programmi.

Tutte le informazioni elencate devono essere rese consultabili nella relazione di cui all'art. 1.2.

Per ciascuna trasmissione, oggetto di monitoraggio, la raccolta dei dati viene effettuata sulla base di una scheda di rilevazione predisposta *ad hoc* (vedi *tabelle esemplificative in allegato*). Nella scheda vengono registrate informazioni/dati elementari relativi a:

A) Gli elementi identificativi del programma

Per ciascun programma dovranno essere rilevate informazioni relative ai seguenti aspetti:

- I diversi soggetti individuali e collettivi che appaiono in video per rappresentare le proprie tesi - cioè i "soggetti che parlano" - e i diversi soggetti di cui si parla nei programmi (ad esempio: un assessore regionale, un esponente politico, un segretario sindacale, un economista, il presidente di una associazione, il parente di una vittima di un incidente stradale, etc.);
- Gli argomenti, vale a dire i temi trattati nel corso di un programma, anche in relazione ai soggetti che hanno spazio in video (ad esempio, le diverse posizioni sulla riforma del sistema sanitario);
- I tempi fruiti dai diversi soggetti, anche in relazione agli argomenti esposti e i tempi di trattazione dei diversi argomenti.

Ai fini di una corretta presentazione dei dati, si allegano le schede di rilevazione per i telegiornali e i programmi (***Allegato A***).

La relazione per la macroarea del Pluralismo, dovrà quindi contenere i seguenti dati:

- Telegiornali - costituiscono elementi identificativi dei telegiornali:
 - L'emittente;
 - La testata/la rete;
 - La data di messa in onda;

- o L'edizione, specificando quali sono le edizioni che ciascuna testata considera "principali" sulla base della collocazione oraria e degli ascolti e se si tratta di un'edizione L.I.S., ossia tradotta nella lingua dei segni;
- o L'orario di messa in onda e di conclusione;
- o La durata complessiva (esclusi eventuali intermezzi pubblicitari, giochi, ecc.);
- o Il conduttore/i conduttori;
- Programmi diversi dai telegiornali - costituiscono elementi identificativi di ciascun programma diverso dai telegiornali:
 - o L'emittente;
 - o La testata/la rete;
 - o La data di messa in onda;
 - o Il titolo del programma;
 - o L'orario di messa in onda e di conclusione;
 - o La durata complessiva della trasmissione;
 - o Il conduttore/i conduttori;
 - o La fascia di programmazione in cui ricade l'inizio del programma.

Il Co.re.com si riserva la facoltà di apportare ogni modifica ritenuta necessaria all'elenco degli elementi identificativi sopra indicati, senza che l'Affidatario possa vantare alcun diritto a nuovi o maggiori compensi. Ogni eventuale modifica dovrà essere adottata entro i termini fissati dal Co.re.com.

B) I soggetti

Per ogni soggetto devono essere rilevate le seguenti informazioni:

- Nome e cognome;
- Sesso;
- Tempi televisivi dedicati (tempi di parola, di notizia, di antenna, di argomento in relazione ad un soggetto). Le modalità di rilevazione dei tempi sono spiegate al successivo punto D);
- Categoria di appartenenza.

La classificazione dei soggetti nelle categorie di appartenenza deve essere operata sulla base di specifici elenchi predefiniti dal Co.re.com.

In particolare:

- La *classificazione dei soggetti del pluralismo socio-culturale* deve essere effettuata secondo un elenco di categorie di soggetti omogenei, in una delle categorie previste dall'elenco (**Allegato B**);
Tale elenco contiene 22 categorie e si articola in più sottocategorie (ad esempio, la categoria "Protagonisti sociali" contiene le sottocategorie "Anziani", "Bambini", "Giovani", "Disabili", "Immigrati, Extracomunitari", "Minoranze etniche e linguistiche", "Donne", "Altro"). L'elenco sarà sottoposto a verifica periodica e, se necessario, aggiornato e modificato dal Co.re.com;
- La *classificazione dei soggetti del pluralismo politico-istituzionale* nei programmi di informazione, compresi i telegiornali, e negli altri programmi, esclusi quelli di comunicazione politica, deve essere effettuata sulla base di elenchi definiti *ad hoc* per ciascun contesto regionale secondo i criteri riportati in (**Allegato C**);

- *La classificazione dei soggetti della comunicazione politica e dei messaggi autogestiti deve essere condotta sulla base dell'elenco dei soggetti politici aventi diritto secondo le previsioni della legge n. 28/00, come modificata dalla legge n. 313/03 e dalle delibere emanate dall'Agcom e dalla Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza dei Servizi Radiotelevisivi (**Allegato D**).*

C) Gli argomenti

Per ciascun argomento trattato nel corso di un programma monitorato, anche in relazione ad un soggetto, devono essere rilevati:

- Descrizione sintetica del/i tema/temi esposto/i;
- Classificazione di ciascun tema/argomento in una specifica categoria, secondo un elenco predefinito (**Allegato E**);
- Calcolo dei tempi televisivi dedicati: tempo dedicato all'argomento da un singolo soggetto o tempo dedicato all'argomento dall'intera trasmissione, o da parte di essa. Le modalità di rilevazione dei tempi sono spiegati al successivo punto D);

D) I tempi

Per i programmi televisivi, si computano cinque diversi tempi:

- Tempo di parola;
- Tempo di notizia;
- Tempo di antenna;
- Tempo di argomento in relazione ad un soggetto;
- Tempo di argomento.

Nel caso del telegiornale, la verifica del pluralismo viene effettuata su ciascuna edizione, calcolando tutti i tempi sopra indicati. Per quanto attiene agli altri programmi, la verifica del pluralismo è circoscritta al computo dei tempi di parola, di argomento e di argomento in relazione ad un soggetto.

Il **tempo di notizia** è quello dedicato dal giornalista/conducente dei programmi di informazione quotidiana (telegiornali) all'illustrazione di un argomento/evento in relazione ad un soggetto individuale (un singolo assessore) o collettivo (ad es. tutta la Giunta). A titolo indicativo, se il giornalista parla dei programmi del Presidente della Regione, tale tempo di notizia va rilevato come tempo di notizia del Presidente della Giunta e classificato come tempo di notizia della categoria di riferimento "Giunta", che comprende tutti gli assessori; se il giornalista parla del programma di tutta la Giunta, anche tale tempo di notizia va attribuito alla categoria di riferimento "Giunta".

Il **tempo di parola** è quello in cui ciascun soggetto parla direttamente in voce. Il monitoraggio consiste nel rilevare i singoli interventi in voce di ciascun soggetto e nel classificarli come tempi dei soggetti previsti dagli elenchi allegati. A titolo indicativo, i singoli interventi in voce di un esponente di un partito vengono rilevati come tempi del soggetto individuale e contestualmente attribuiti al partito corrispondente (classificazione). Qualora si voglia conoscere il tempo di parola di un partito politico in un certo periodo, occorre sommare i singoli tempi di parola degli esponenti di quel partito rilevati nel tempo *t*.

Il **tempo di antenna** è quello complessivamente dedicato a ciascun soggetto individuale e collettivo (sommatoria di tempo di notizia e di parola).

Il **tempo di argomento in relazione ad un soggetto** indica il tempo di parola dedicato da ciascun soggetto individuale alla trattazione di uno specifico argomento (tema). A titolo indicativo, prendendo a riferimento il soggetto “Presidente della Regione”, si computano gli interventi in voce (tempi di parola) del Presidente della Giunta in tema di sanità, trasporti, ambiente, etc.

Il **tempo di argomento** indica il tempo complessivamente dedicato alla trattazione di un argomento nell’ambito di programmi di informazione quotidiana o di altri programmi. In questo caso, si computano i tempi di tutti i diversi soggetti, giornalisti compresi, che hanno trattato un certo argomento.

Nell’**Allegato ‘Tabelle AREA 4’** sono riportate le tabelle dei dati aggregati relativi ai telegiornali, ai programmi, alla comunicazione politica e ai messaggi autogestiti.

2.5 I sondaggi.

2.5.1 Obiettivi della vigilanza in materia di sondaggi.

L’affidataria dovrà verificare, nell’ambito delle sessioni di monitoraggio per il triennio 2025/2027, il rispetto da parte delle emittenti soggette alla vigilanza dei criteri fissati in tema di sondaggi dal Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa ex Del. AGCOM n. 256/10/CSP del 9/12/2010 come successivamente modificata, sia per quanto riguarda i sondaggi d’opinione, che per quanto riguarda quelli politici ed elettorali.

In particolare, l’affidataria dovrà verificare la completezza e la correttezza della pubblicazione o diffusione dei risultati di un sondaggio (ogni sondaggio deve essere accompagnato dalla Nota informativa) e la contestualità fra la diffusione dei risultati dello stesso e l’invio del Documento all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (per i sondaggi d’opinione) o alla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l’informazione e l’editoria (per i sondaggi politici ed elettorali), mediante i rispettivi siti internet.

Ove l’affidataria rilevi l’avvenuta violazione della normativa suddetta, dovrà darne pronta comunicazione al Co.re.com Abruzzo, al massimo **entro il termine di cinque giorni dal riscontro** al fine di consentire il puntuale avvio del relativo procedimento da parte del Co.re.com stesso ai sensi della normativa vigente.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)
(Firma del Legale Rappresentante)