

Codice di autoregolamentazione in materia di televendite e spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi similari in vigore dal 4 giugno 2002

CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE IN MATERIA DI TELEVENDITE E SPOT DI TELEVENDITA DI BENI E SERVIZI DI ASTROLOGIA , DI CARTOMANZIA ED ASSIMILABILI, DI SERVIZI RELATIVI AI PRONOSTICI CONCERNENTI IL GIOCO DEL LOTTO, ENALOTTO, SUPERENALOTTO, TOTOCALCIO, TOTOGOL, TOTIP, LOTTERIE E GIOCHI SIMILARI IN VIGORE DAL 4 GIUGNO 2002.

I sottoscrittori del presente Codice di autoregolamentazione

Premesso:

- che l'esercizio dell'attività di diffusione di programmi televisivi, realizzata con qualsiasi mezzo, ha carattere di preminente interesse generale;
- che tra le forme di pubblicità previste dalla normativa nazionale e comunitaria è disciplinata la televendita (compresi gli spot di televendita) che consiste, come definita dalla deliberazione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 538/01/CONS del 26 luglio 2001, nell'offerta diretta trasmessa al pubblico attraverso il mezzo televisivo, allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- che le imprese di radiodiffusione televisiva sono tenute al rispetto di norme nazionali e comunitarie relative all'attività di diffusione delle televendite, con particolare riguardo, per gli aspetti di tutela dell'acquirente, a quelle contenute nei decreti legislativi 15

gennaio 1992, n.50 e 22 maggio 1999,n.185;

- che la pubblicità dei servizi audiotex e videotex è disciplinata dal decreto del Presidente della Repubblica 4 settembre 1995, n.420, dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 13 luglio 1995, n. 385, dal decreto-legge 23 ottobre 1996, n.545, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 dicembre 1996, n.650, dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 28 febbraio 1996 e dal decreto del Ministro delle comunicazioni 26 maggio 1998;

- che le televendite e gli spot di televendita relativi ai beni ed ai servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, ai servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip e lotterie ed altri giochi simili necessitano invece di regole più dettagliate per la tutela degli utenti televisivi/consumatori;

- che, in particolare, essi devono evitare qualsiasi forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura e non devono esortare ad acquistare il servizio sfruttando l'inesperienza, la credulità o la paura ;

- che i sottoscrittori oltre ad assicurare il pieno e scrupoloso rispetto della normativa vigente in materia di televendite e in particolare di quella relativa ai servizi sopracitati, intendono sottoscrivere anche il presente codice di autoregolamentazione con l'obiettivo di migliorare il livello di garanzia nei confronti degli utenti televisivi/consumatori;

- che, atteso che anche la carta stampata effettua forme di pubblicizzazione dei predetti servizi secondo le caratteristiche del mezzo di diffusione, si auspica che anche le imprese editrici di quotidiani e periodici provvedano a definire un proprio codice di autoregolamentazione, ed in tal senso i sottoscrittori chiedono al Governo di sollecitare tale definizione;

- tutto ciò premesso, i sottoscrittori

SI IMPEGNANO

al rispetto delle seguente regole:

Art .I

(Ambito di applicazione)

1. Oggetto del presente codice di autoregolamentazione sono le televendite e gli spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi

caratteristiche e gli effetti del servizio, il prezzo, le condizioni di vendita o di pagamento, le modalità della fornitura, gli eventuali premi, l'identità delle persone rappresentate.

2. Le trasmissioni di cui all'articolo 1 devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, non devono contenere scene di violenza fisica o morale o tali da offendere il gusto e la sensibilità dei consumatori per indecenza, volgarità o ripugnanza, non devono offendere o sfruttare le convinzioni morali, religiose e civili dei cittadini, devono rispettare la dignità della persona umana e non devono comportare discriminazioni di razza, religione, sesso o nazionalità.

3. Le trasmissioni di cui all'articolo 1, non devono inoltre:

- a) ingannare il pubblico sul contenuto dei servizi;
- b) creare timori o aspettative palesemente ingiustificate;
- c) effettuare previsioni sul futuro che causino timori o paure all'utente, al fine di soggiogarlo psicologicamente;
- d) pregiudicare la libera autodeterminazione, anche economica, degli utenti in particolare di quelli psicologicamente vulnerabili;
- e) contenere richieste di denaro o altra prestazione finalizzate a risolvere problemi personali;
- f) trattare argomenti relativi alle malattie fisiche e mentali degli utenti, ovvero descrivere trattamenti preventivi e curativi, anche se del tutto innocui, influenzando il pubblico;
- g) arrecare pregiudizio morale, fisico od economico, anche indirettamente, ai minori, mostrare minorenni in situazioni scabrose, indecenti o pericolose ovvero rappresentare una minaccia, anche indiretta, alla loro salute, sicurezza e crescita.

4. Le trasmissioni di cui all'articolo 1 sono comunque riservate ad un pubblico maggiorenne. Di ciò viene data segnalazione con ogni mezzo acustico o visivo nel corso della trasmissione di televendita.

Art.3

(Comitato di controllo)

1. Il rispetto e l'applicazione del presente Codice di Autoregolamentazione sono affidati ad un Comitato di controllo di dodici membri nominati dal Ministro delle comunicazioni di cui sei membri quali espressione dell'emittenza televisiva, sulla base delle indicazioni formulate dalle associazioni dell'emittenza televisiva privata locale e nazionale presenti nella Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo e che hanno sottoscritto il presente Codice e dalla concessionaria del servizio pubblico, nonché da sei membri, tra cui il Presidente della Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo, quali espressioni del Ministero delle comunicazioni, dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, del Consiglio nazionale degli utenti e dei Corecom/Corerat, sulla base delle indicazioni dei singoli organismi. Il Presidente del Comitato è nominato tra i

rappresentanti del Ministero delle Comunicazioni. Il Comitato dura in carica due anni.

1. I soggetti firmatari del presente Codice di autoregolamentazione si impegnano a dare la piu' ampia diffusione multimediale del Codice stesso anche nel corso dei propri programmi.