

# Deliberazione 19 febbraio 2009 dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni recante "Disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite". (Deliberazione n.34/09/CSP)

AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

## **DELIBERAZIONE 19 febbraio 2009**

### **Disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite. (Deliberazione n. 34/09/CSP)**

(pubblicata in Gazzetta Ufficiale n. 64 del 18 marzo 2009)

L'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella sua riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 19 febbraio 2009;

Vista la legge 31 luglio 1997, n.249, recante «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo»;

Vista la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante «Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato» e successive modificazioni;

Vista la legge 26 ottobre 1995, n.447, recante «Legge quadro sull'inquinamento acustico»;

Vista la legge 3 maggio 2004, n.112, recante «Norme di principio in materia di assetto radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione»;

Visto il decreto legislativo 1° agosto 2003, n.259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche», pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 215 del 15 settembre 2003;

Visto il regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite approvato con delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 e le successive modifiche e integrazioni approvate dalle delibere n. 250/04/CSP del 6 ottobre 2004, n. 34/05/CSP dell'8 marzo 2005, n. 105/05/CSP del 28 luglio 2005, n. 132/06/CSP del 12 luglio 2006, n. 162/07/CSP

dell'8 novembre 2007 e 12/08/CSP del 31 gennaio 2008;

Vista, in particolare, la delibera n. 132/06/CSP del 12 luglio 2006, con la quale al fine di salvaguardare l'effettività del divieto di diffusione di messaggi pubblicitari e televendite con potenza sonora superiore a quella ordinaria dei programmi, e' stato integrato il vigente regolamento in materia di pubblicita' radiotelevisiva e televendite, inserendo nella norma relativa alla riconoscibilita' dei messaggi pubblicitari una apposita disposizione coerente con quanto disposto dall'art.4, comma 1, lettera c), del testo unico della radiotelevisione in materia di potenza sonora dei messaggi pubblicitari e televendite;

Vista la delibera n. 157/06/CSP del 25 ottobre 2006 recante «Misure urgenti per l'osservanza delle disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite»;

Vista la delibera n.50/07/CSP del 24 luglio 2007 recante «Costituzione del tavolo tecnico per la fissazione dei parametri tecnici e delle metodologie di rilevamento della potenza sonora dei messaggi pubblicitari e delle televendite di cui alla delibera n. 132/06/CSP del 12 luglio 2006»;

Rilevato che il presidio sanzionatorio al divieto di diversificare la potenza sonora dei messaggi pubblicitari rispetto al resto dei programmi, quale posto dall'art.4, comma 1, lettera c) della legge n.112/04 e trasfuso nella medesima disposizione del testo unico della radiotelevisione, e' rinvenibile all'art. 51, comma 1, dello stesso testo unico, che per le violazioni delle disposizioni in materia di pubblicita', sponsorizzazioni e televendite di cui all'art.4, comma 1, del citato testo unico e ai regolamenti dell'Autorita' prevede il trattamento sanzionatorio (lettera b)) e afferma la competenza dell'Autorita' ponendo specifiche norme procedurali (lettera c);

Considerata la difficolta' interpretativa - rimarcata dalla stessa Autorita' garante della concorrenza e del mercato nell'applicazione dell'art.8, comma 2-bis, della legge n.223/1990, in combinato disposto con l'art.12, comma 2, legge n.447/1995 - della individuazione della nozione di «potenza sonora ordinaria dei programmi» e la conseguente opportunita' di definirne il contenuto attraverso una regolamentazione «tecnica»;

Considerato che l'Autorita', stante la complessita' di elaborazione della regolamentazione tecnica definitiva, ha rilevato la necessita' di costituire un tavolo tecnico aperto a tutti i soggetti interessati, avvalendosi anche della collaborazione dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni, onde pervenire alla elaborazione di una proposta volta a individuare eventuali integrazioni e/o modifiche relativamente alla fissazione dei parametri tecnici ed alla metodologia di rilevamento del livello sonoro dei messaggi pubblicitari e televendite adottate in via temporanea dall'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni con la delibera n. 157/06/CSP, a definire, ove necessario, le modalita' per

eseguire prove e test tecnici di supporto e verifica alle attività di cui al punto precedente ed a pervenire a parametri tecnici e a metodologie di riferimento il più possibile condivise in vista del provvedimento finale;

Visti gli esiti dei lavori del tavolo tecnico per la fissazione dei parametri tecnici e delle metodologie di rilevamento della potenza sonora dei messaggi pubblicitari e delle televendite, e ritenuto che nel corso di tali lavori siano stati acquisiti gli elementi utili per definire la regolamentazione in oggetto;

Considerato che durante i lavori del tavolo tecnico le emittenti hanno eccepito l'inadeguatezza della metodologia proposta nell'allegato della Delibera 157/06/CSP sia in relazione alla durata troppo breve del periodo di tempo sottoposto a rilevazione, sia per la scelta per la determinazione del livello sonoro medio dei programmi di una «finestra» di programmazione immediatamente precedente il messaggio pubblicitario, ritenuta non rappresentativa in quanto potenzialmente comprensiva di eventuali silenzi o passaggi, nonché le difficoltà nell'applicazione del rispetto della norma poiché gli attuali sistemi di messa in onda non permettono di prevedere in modo preciso la potenza sonora dei programmi, ed in particolare di quelli trasmessi in diretta;

Considerato che per quanto riguarda i parametri di rilevazione i partecipanti al tavolo tecnico hanno convenuto sulla individuazione di una metodologia il più possibile oggettiva di rilevazione del livello sonoro, raggiungendo un accordo unanime sulla adozione del parametro c.d. psicoacustico del livello sonoro percepito (loudness) come definito dalle Raccomandazioni ITU-R BS1770 e ITU-R BS1771 in tema di loudness e degli strumenti di misura da utilizzare per tale parametro;

Considerato che per la determinazione dei valori numerici per le soglie e la conseguente rilevazione del rispetto della disciplina, non è stato possibile raggiungere un accordo unanime tra i partecipanti al tavolo e sono state presentate due proposte, una dalla FRT - Federazione Radio Televisioni, e una dalla società RAI - Radiotelevisione italiana S.p.a.;

Rilevato che la proposta FRT:

- a. prevede che il livello ordinario dei programmi (ad esclusione dei segmenti pubblicitari) sia misurato per ogni canale come media con gating attivo su una durata non inferiore a sei ore (in continuo su misurazioni successive), scelte nella programmazione non immediatamente precedente l'emissione del messaggio pubblicitario in esame, ma separata da almeno trenta minuti, e che per il livello sonoro della pubblicità l'intervallo di osservazione minimo (durata) sia riferito a ciascuna unità indivisibile (eg: singolo spot pubblicitario, singola trasmissione di televendita);
- b. prevede che la differenza numerica tra livello medio di emissione della pubblicità e il livello medio ordinario dei programmi non superi un valore di soglia pari a 2.5/1.5 dB;
- c. dispone che l'eventuale sanzione scatti quando il superamento di tale limite sia accertato per una congrua percentuale (almeno il 30% delle volte) di un numero

significativo di rilevazioni (almeno 30);

Rilevato che la proposta RAI:

a. prevede che la potenza sonora ordinaria dei programmi sia riferita a ciascun canale e sia definita come media con gating delle potenze sonore su una durata temporale pari ad una settimana di programmazione (includendo non solo i programmi ma anche la pubblicità e le televendite) per quel canale televisivo (che comprenda il gating);

b. prevede che sia individuato a regime un sistema sanzionatorio fondato su un meccanismo graduale a fronte del quale la verifica del superamento della potenza ordinaria sonora dei programmi sia effettuata in base ad un numero congruo di misure e si ritenga effettivamente accertato tale superamento laddove esso non sia superiore ad una determinata percentuale;

Considerato che la proposta RAI e la proposta FRT, ancorche' divergenti nella definizione di alcuni parametri, risultano complementari in quanto la prima tiene conto maggiormente di fenomeni di lungo periodo (di tipo «statico») e la seconda tiene conto maggiormente della variabilita' di fenomeni di breve periodo (di tipo «dinamico»);

Ritenuto opportuno che, dato il suddetto carattere di complementarita', la metodologia ottimale includa, anche opportunamente modificati, ambedue i metodi di misura proposti, e che, di conseguenza, nel caso in cui le rilevazioni effettuate secondo una delle due (o entrambe) le metodologie proposte mostrino con frequenza predeterminata una differenza numerica tra il livello ordinario della potenza sonora dei programmi e il livello di potenza sonora della pubblicità oltre una soglia di tolleranza predeterminata, sia integrata la violazione della disposizione contenuta all'articolo 3, comma 1, del Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, con le conseguenze sanzionatorie previste;

Ritenuto di poter accogliere, in considerazione del carattere di rilevante novita' della regolamentazione del livello sonoro della pubblicità e degli impegni contrattuali in essere nel settore, la richiesta di prevedere una sperimentazione nella applicazione della nuova disciplina anche al fine di consentire un graduale adeguamento alla presente normativa da parte delle emittenti e delle case di produzione dei messaggi pubblicitari e permettere l'acquisto, l'installazione, la messa in funzione delle apparecchiature di misura e l'affinamento delle procedure di verifica;

Ritenuto che tali obiettivi possono essere conseguiti attraverso la previsione di periodo di sperimentazione di sei mesi, periodo durante il quale la transizione dalla vecchia alla nuova disciplina potra' essere monitorata attraverso l'istituzione di un apposito tavolo tecnico con la partecipazione delle emittenti e dei fornitori di contenuti nonche' delle associazioni rappresentative degli stessi e delle istanze dei consumatori e che, all'esito del suddetto periodo di sperimentazione, l'Autorita' si riserva di apportare eventuali modifiche dei criteri e delle metodologie di rilevazione adottate con il presente provvedimento;

Ritenuto, altresì, di poter accogliere la proposta di costituzione di un tavolo permanente di consultazione finalizzato a realizzare nell'ottica della consultazione degli operatori interessati gli adeguamenti tecnici e normativi necessari per permettere le rilevazioni anche ad altri tipi di servizi televisivi operanti su piattaforme innovative (IPTV, DVB-H), che non è stato possibile affrontare durante i lavori del tavolo tecnico a causa delle specificità e della complessità delle relative implicazioni tecniche;

Udita la relazione dei commissari Giancarlo Innocenzi Botti e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell'art. 29 del regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

Delibera:

Art. 1.

1. Le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e i fornitori di contenuti operanti su frequenze terrestri e via satellite non possono diffondere messaggi pubblicitari e televendite con una potenza superiore a quella ordinaria dei programmi misurata secondo i parametri tecnici e le metodologie di rilevamento di cui all'allegato A alla presente delibera.

2. Ai fini dell'osservanza del disposto di cui al comma 1 sono adottati i parametri tecnici e la metodologia di rilevamento riportati nell'allegato A alla presente delibera, che ne forma parte integrante e sostanziale, i quali tengono conto delle risultanze del tavolo tecnico per la fissazione dei parametri tecnici e delle metodologie di rilevamento della potenza sonora dei messaggi pubblicitari e delle televendite di cui alla delibera n. 50/07/CSP, citata nelle premesse.

3. Ai fini della verifica del rispetto della presente delibera, l'Autorità si riserva di avvalersi della collaborazione di un ente terzo individuato con successivo provvedimento.

4. In considerazione della rilevante novità della disciplina e onde consentire un graduale adeguamento da parte delle emittenti e delle case di produzione dei messaggi pubblicitari nonché l'acquisto, l'installazione, la messa in funzione delle apparecchiature di misura e l'affinamento delle procedure di verifica, è previsto un periodo di applicazione sperimentale della nuova regolamentazione della durata di sei mesi a decorrere dall'entrata in vigore della presente delibera, con sospensione della sua efficacia sanzionatoria.

5. Ai fini di cui al comma 4 è istituito presso l'Autorità un tavolo tecnico di monitoraggio con la partecipazione delle emittenti e dei fornitori di contenuti nonché delle associazioni rappresentative degli stessi e delle istanze dei consumatori, il quale procederà, altresì, a rilevazioni soggettive, attraverso apposito panel, del livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite per verificare l'impatto delle soglie di tolleranza definite nell'allegato A alla presente delibera. All'esito del periodo di sperimentazione l'Autorità si riserva di apportare eventuali modifiche dei parametri di

rilevazione di cui all'allegato A alla presente delibera.

6. In caso di violazione della presente delibera si applica quanto previsto dall'art. 51, comma 1, lettera c), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

7. E' istituito un tavolo permanente di consultazione presso l'Autorita' avente lo scopo di realizzare gli adeguamenti tecnici e normativi necessari per la definizione delle metodologie di rilevazione anche ad altri tipi di servizi televisivi operanti su piattaforme innovative (IPTV, DVB-H).

8. La presente delibera entra in vigore il trentesimo giorno dalla sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

La presente delibera e' pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana, nel bollettino ufficiale dell'Autorita' e sul sito web dell'Autorita' <http://www.agcom.it/>.

Napoli, 19 febbraio 2009

Il presidente: Calabro'

I commissari relatori: Innocenzi Botti - Sortino

### **Allegato A**

#### PARAMETRI TECNICI E METODOLOGIE DI RILEVAMENTO DEL LIVELLO SONORO DEI MESSAGGI PUBBLICITARI E TELEVENDITE

1. Il presente allegato fornisce la metodologia adottata dall'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni per il rilevamento oggettivo della differenza tra i livelli del segnale audio relativo ai programmi televisivi ed il livello medio del segnale audio relativo ad un campione di pubblicita' o televendita.

2. La potenza sonora (loudness) e' misurata secondo la Raccomandazione ITU-R BS 1770 che definisce gli algoritmi di misura del segnale audio allo scopo di determinare la loudness unit (LU) del programma e il livello di picco del segnale.

3. I relativi strumenti di misura sono quelli definiti nella Raccomandazione ITU-R BS.1771 che definisce i requisiti tecnici per gli strumenti compatibili con la norma ITU-R BS.1770.

4. Il valore di soglia del gating, tecnica utilizzata per «rimuovere» la parte del segnale inferiore ad una data soglia, e' fissato a 8 dB sotto la media di ciascun canale televisivo per un periodo uguale a 0.5 secondi.

5. L'algoritmo prevede il confronto tra due distinte misurazioni rispettivamente riferite al lungo periodo e al breve periodo.

6. Nella misurazione di lungo periodo il livello ordinario dei programmi (A1) e' misurato come media su un intervallo di osservazione pari a 7 giorni di programmazione per ciascun canale televisivo e il livello del messaggio pubblicitario o della televendita (B1) e' misurato su un intervallo di osservazione riferito a ciascuna unita' indivisibile (eg: singolo spot pubblicitario, singola trasmissione di televendita) con gating attivo. Il livello di emissione di ogni messaggio pubblicitario o televendita (B1) deve essere non superiore al livello ordinario dei programmi (A1) con una soglia di tolleranza pari a 0.5

dB. La verifica del superamento del livello sonoro del messaggio pubblicitario o della televendita (B1) rispetto al livello sonoro del programma (A1), e' effettuata sulla base di un numero significativo di rilevazioni (almeno 60 misure per B1). Si ritiene accertato il superamento quando in almeno il 5% dei casi misurati il livello sonoro medio del messaggio pubblicitario o della televendita (B1) supera il livello sonoro medio del programma (A1), tenendo conto della soglia di tolleranza di 0,5 dB.

7. Nella misurazione di breve periodo il livello ordinario dei programmi (A2) e' misurato come media su un intervallo di osservazione pari a 6 ore scelte nella programmazione non immediatamente precedente l'emissione del messaggio pubblicitario in esame, ma separata di almeno trenta minuti e il livello del messaggio pubblicitario o della televendita (B2) e' misurato su un intervallo di osservazione riferito ciascuna unita' indivisibile (eg: singolo spot pubblicitario, singola trasmissione di televendita) con gating attivo. Il livello di emissione di ogni messaggio pubblicitario o televendita (B2) deve essere non superiore al livello ordinario dei programmi (A2) con una soglia di tolleranza pari a 1,5 dB. La verifica del superamento del livello sonoro del messaggio pubblicitario o della televendita (B2) rispetto al livello sonoro del programma (A2), e' effettuata sulla base di un numero significativo di rilevazioni (almeno 30 misure per B2). Si ritiene accertato il superamento quando in almeno il 10 % dei casi misurati il livello sonoro medio del messaggio pubblicitario o della televendita (B2) supera il livello sonoro medio del programma (A2), tenendo conto della soglia di tolleranza di 1,5 dB.

8. L'infrazione al divieto di cui all'art. 1, comma 1, della delibera n 34/09/CSP da parte dell'emittente o del fornitore di contenuti oggetto della verifica, si intende accertata quando in almeno una delle due misurazioni elencate ai precedenti punti 6 e 7 si verifici il superamento dei valori ivi indicati.