

# Deliberazione 8 marzo 2005 dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni recante “Modifiche al regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 (Deliberazione n. 34/05/CSP)”

AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

## **DELIBERAZIONE 8 marzo 2005**

**Modifiche al regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 (Deliberazione n. 34/05/CSP)**

(pubblicata in Gazzetta Ufficiale n. 72 del 29 marzo 2005)

L'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE TELECOMUNICAZIONI

Nella riunione della Commissione per i servizi e i prodotti dell'8 marzo 2005;

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», e in particolare l'art. 1, comma 6, lettera b), n. 5;

Vista la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante «Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità»;

Vista la direttiva del Consiglio 89/552/CEE del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, come modificata dalla direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 97/36/CE del 30 giugno 1997;

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

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 27 marzo 1992, n. 255, recante

«Regolamento di attuazione della legge 6 agosto 1990, n. 223, sulla disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato»;

Vista la legge 5 ottobre 1991, n. 327, di ratifica ed esecuzione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera, con annesso, fatta a Strasburgo il 5 maggio 1989;

Visto il decreto-legge 19 ottobre 1992, n. 408, recante «Disposizioni urgenti in materia di pubblicità radio-televisiva» convertito, con modificazioni, dalla legge 17 dicembre 1992, n. 483;

Visto il decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 9 dicembre 1993, n. 581, recante «Regolamento in materia di sponsorizzazione di programmi radiotelevisivi e offerte al pubblico»;

Visto il decreto-legge 27 agosto 1993, n. 323, recante «Provvedimenti urgenti in materia radiotelevisiva», convertito, con modificazioni, dalla legge 27 ottobre 1993, n. 422;

Visto il decreto-legge 29 marzo 1995, n. 97, recante «Riordino delle funzioni in materia di turismo, spettacolo e sport», convertito, con modificazioni dalla legge 30 marzo 1995, n. 203;

Visto il decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, recante «Disposizioni urgenti in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva», convertito, con modificazioni, dalla legge 23 dicembre 1996, n. 650;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59»;

Vista la legge 30 aprile 1998, n. 122, recante «Differimento di termini previsti dalla legge 31 luglio 1997, n. 249, relativi all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nonché norme in materia di programmazione e di interruzioni pubblicitarie televisive» e successive modificazioni;

Visto il decreto-legge 30 gennaio 1999, n. 15, convertito, con modificazioni, dalla legge 29 marzo 1999, n. 78, recante «Disposizioni urgenti per lo sviluppo equilibrato dell'emittenza televisiva e per evitare la costituzione o il mantenimento di posizioni

comunitaria 2000»;

Vista la delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, con la quale e' stato adottato il regolamento in materia di pubblicita' radiotelevisiva e televendite e successive modificazioni;

Vista la delibera n. 78/02/CONS del 13 marzo 2002, con la quale sono state adottate le norme di attuazione dell'art. 28 del decreto del Presidente della Repubblica 11 gennaio 2001, n. 77, sulla fatturazione dettagliata del blocco selettivo di chiamata;

Visto il codice di autoregolamentazione in materia di televendite, 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 simili in vigore dal 4 giugno del 2002;

Vista la Comunicazione interpretativa della Commissione europea (2004/C102/02) del 28 aprile 2004, relativa a taluni aspetti delle disposizioni della direttiva «Televisione senza frontiere riguardanti la pubblicita' televisiva»;

Ritenuto necessario apportare alcune modifiche al Regolamento in materia di pubblicita' radiotelevisiva e televendite, di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001, in particolare per quanto concerne alcuni aspetti della disciplina giuridica delle televendite e le trasmissioni di televendita, le telepromozioni e la pubblicita' televisiva relativa a beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, ai servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip e lotterie e altri giochi simili, al fine di garantire un piu' elevato livello di tutela del consumatore-utente, ivi compresi i minori;

Ritenuto necessario adottare specifiche misure per le trasmissioni di propaganda relative a servizi di cartomanzia, astrologia e pronostici - rispetto alle quali si registra, peraltro, un diffuso allarme sociale - finalizzate a contrastare ogni forma di

Il presidente: Cheli

## **Allegato A**

MODIFICHE AL REGOLAMENTO IN MATERIA DI PUBBLICITA' RADIOTELEVISIVA E TELEVENDITE, DI CUI ALLA DELIBERA n. 538/01/CSP DEL 26 LUGLIO 2001

### Art. 1.

Dopo l'art. 5 sono inseriti:

«Art. 5-bis (Trasmissioni di televendita). - 1. Le trasmissioni di televendita possono essere interrotte da messaggi pubblicitari, purché questi siano nettamente distinti dalla trasmissione con mezzi ottici o acustici di evidente percezione.

2. Gli oggetti, i prodotti o i servizi cui si riferiscono le offerte al pubblico devono essere descritti in maniera chiara e precisa nei loro elementi quantitativi e qualitativi e le immagini televisive ad essi relative devono rappresentare fedelmente ed integralmente gli oggetti, i prodotti o servizi offerti, senza determinare ambiguità con riguardo alle loro caratteristiche.

3. L'offerta deve essere chiara, accurata e completa quanto ai suoi principali elementi quali il prezzo, le garanzie, i servizi post-vendita e le modalità della fornitura o della prestazione. L'offerta deve altresì rispettare gli obblighi informativi in materia di diritto di recesso di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, e successive modifiche.

4. L'emittente deve accertare, prima dalla messa in onda della televendita, che il titolare dell'attività di vendita sia in possesso dei requisiti prescritti dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione debbono essere indicati il nome, la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA.

Art. 5-ter (Televendite, pubblicità e telepromozioni di servizi di astrologia, cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e altri giochi simili). - 1. Fermo restando quanto previsto all'art. 5-bis, comma 1, nel corso delle trasmissioni di televendita 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 è vietato mostrare in sovrapposizione o comunque indurre 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.

2. Le trasmissioni di cui al comma 1 non devono:

- a) trarre in inganno il pubblico, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, sul contenuto e gli effetti dei beni o servizi offerti;
- b) evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura,

in particolare delle categorie di utenti psicologicamente piu' vulnerabili.

3. Le trasmissioni di cui al comma 1 non possono essere trasmesse nelle fasce orarie tra le ore 7 e le ore 23.

4. La pubblicita' e le 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 sono soggette ai divieti di cui al comma 2.

5. Nella pubblicita' e nelle telepromozioni di cui al comma 4, in cui si faccia uso di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, deve essere inserita l'informativa, mediante scritte in sovrimpressione chiaramente percepibili ovvero mediante avviso verbale, della facolta', per l'utente, di attuare il blocco selettivo delle chiamate verso le stesse numerazioni, facendone richiesta al proprio operatore telefonico.

6. La propaganda di 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, «messaggerie vocali», «chat line», «one to one» e «hot line» non puo' essere trasmesse nella fascia oraria tra le ore 7 e le ore 24.»