

Parere dell'Ufficio del Garante per la Radiodiffusione e l'Editoria 2 novembre 1995 prot. n. 7819/rtv Risposta a quesito sull'adollamento pubblicitario

Ufficio del Garante per la radiodiffusione e l'editoria
00187 Roma 2 NOV. 1995
Via di S. Maria in Via , 12
Settore Studi e Affari Giuridici
procedimenti per i divieti di posizioni dominanti
e per l'irrogazione di sanzioni amministrative

7819 RTV

OGGETTO: Quesito

Si fa riferimento a nota prot. N. 1478/95 in data 9.10.1995, con la quale viene chiesto l'avviso di questo Ufficio sul criterio di utilizzare per stabilire il limite di adollamento pubblicitario giornaliero, qualora una emittente televisiva locale, per specifico vincolo concessorio, trasmetta per 12 ore giornaliere, in quanto vincolata a turnazione con altre emittenti sullo stesso canale.

È opportuno, anzitutto, premettere che, ai sensi dell'art. 8, comma 9 ter (comma aggiunto dall'art. 3 del D.L. 19 ottobre 1992, n. 408) il tempo che i concessionari privati per la radiodiffusione televisiva in ambito locale possono dedicare a forme di pubblicità, qualora comprendano anche opere fatte direttamente al pubblico, è limitato ad un periodo di tempo, che non superi il 35 % di ogni giorno di programmazione, fermo restando il limite di adollamento giornaliero ed orario di cui al comma 9 per gli spot (v. sul punto D.M. Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni 9.12.1993, n. 581 art. 12).

Dalla normativa dettata in materia pubblicitaria si evince che il legislatore, nel regolamentare la materia, ha tenuto conto di diversi interessi, con l'intento in particolare di contemperare sia l'obiettivo di una informazione ai cittadini che di

fonti di finanziamento alle imprese, che esercitano le emittenti televisive e, in genere, i mezzi di comunicazione di massa.

Ora nel caso prospettato, il limite di tempo che i concessionari privati per la radiodiffusione in ambito locale possono dedicare alle forme di pubblicità diversa dallo spot non deve eccedere il limite omnicomprensivo del 35 % giornaliero, così come recita espressamente l'art. 12, comma 3 del succitato D.M. delle Poste e Telecomunicazioni n. 581/1993.

Trattandosi di due concessioni distinte, ne discende che entrambi i titolari di concessioni non possono superare il tetto pubblicitario del 35 %, che costituisce il limite massimo giornaliero consentito per mettere in onda pubblicità da parte di ciascuna emittente.

IL GARANTE

(Prof. Giuseppe Santaniello)