



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

CAPITOLATO TECNICO

PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI ANALISI E RILEVAZIONE DEI DATI DELLE TRASMISSIONI DI UN CAMPIONE DI EMITTENTI LOCALI E DELLA TESTATA REGIONALE RAI, MONITORAGGIO SULLA PUBBLICAZIONE E DIFFUSIONE DEI SONDAGGI SUI RELATIVI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA TRIENNIO 2022/2024 E REALIZZAZIONE DI RICERCHE TEMATICHE IN AMBITO TELEVISIVO LOCALE –

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**

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

1.17 Foro competente

1.18 Rinvio

Parte 2 Obiettivi del monitoraggio e Criteri metodologici

2.1 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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

Oggetto del servizio e Adempimenti generali

1.1 Oggetto del servizio

L'affidamento oggetto del presente Capitolato riguarda:

- a) la rilevazione e l'analisi dei dati delle registrazioni delle trasmissioni di n° 5 emittenti televisive tra quelle operanti sul territorio regionale dell'Abruzzo individuate dal Corecom, per il triennio 2022/2024, della durata di 7 giorni consecutivi per 24 ore al giorno, per ciascun anno;
- 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 (2022-2023-2024);
- 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 realizzazione di specifiche ricerche, una per ogni annualità, relative a tematiche di interesse quali ad esempio la rappresentazione dello sport nelle TV locali con particolare riferimento agli aspetti inerenti il rispetto delle normative e delle raccomandazioni in tema di comunicazione sportiva, la disabilità, lo sport giovanile e femminile; l'analisi della rappresentazione di genere che focalizzi in particolare la presenza della donna nelle tv locali; la rappresentazione dei minori, o comunque su temi che saranno concertati con la società affidataria.

I dati ottenuti dall'analisi dei segnali televisivi dovranno essere trasformati in informazioni di tipo qualitativo e quantitativo per i successivi adempimenti istituzionali del Corecom.

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

I dati ricavati dalle rilevazioni concernenti i punti a), b) e c) dovranno essere conservati dall'aggiudicatario 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 2022/2024**, in formato sia cartaceo che elettronico, comprensiva delle schede allegate al presente Capitolato debitamente compilate. La relazione dovrà essere consegnata al committente tempestivamente e comunque **non oltre quaranta 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 quanto attiene al punto d) specificato nel precedente articolo, l'affidatario è tenuto ad utilizzare il medesimo materiale inerente le registrazioni delle trasmissioni del campione delle emittenti locali e dei notiziari della testata regionale RAI riferiti a ciascuna annualità relativa al triennio 2022/2024 al fine di realizzare specifiche ricerche sui temi che saranno definiti con la Stazione Appaltante. Ognuna delle ricerche dovrà essere rimessa alla Stazione appaltante per ciascuna annualità **entro 120 gg. successivi all'avvenuta consegna della relazione conclusiva.** L'affidatario dovrà

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

impegnarsi e cedere tutti i diritti di copyright relativi alle ricerche realizzate.

Il servizio dovrà essere svolto, per quanto attiene ai punti a), b) e c), nelle modalità previste nella parte 2 del presente Capitolato. Il contratto avrà termine con la consegna della relazione conclusiva riferita all'anno 2024, 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 2022 – 2023 – 2024, salvo il mancato rinnovo della delega di funzione da parte di Agcom relativamente a tale ambito di attività.

Ai sensi dell'art. 35 comma 4 del D.Lgs. 50/2016, la Stazione appaltante si riserva la facoltà di rinnovare il contratto, alle medesime condizioni, per una durata pari a quella del contratto iniziale, per un importo di € 45.000,00, al netto di Iva. Tale facoltà sarà esercitata mediante comunicazione all'affidatario per posta elettronica certificata almeno due mesi prima della scadenza del contratto originario.

1.4 Importo a base di gara, procedura di affidamento

L'importo dell'appalto posto a base dell'affidamento è di euro 45.000,00 (trentamila/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 del combinato disposto dell'art. 36 del D. Lgs. 50/2016 e ss. mm. e ii. e dell'art. 1, commi 1 e 2 lett. a) del D.L. 76/2020 s.m. e i., **tramite procedura negoziata da espletarsi con la richiesta di offerta sul Mepa, previa pubblicazione di avviso pubblico volto all'acquisizione della manifestazione di interesse del maggior numero di operatori del settore.**

La richiesta di offerta verrà avviata nei confronti di tutti gli operatori che avranno risposto all'avviso pubblico al fine di garantire la massima selettività e concorrenza tra i medesimi operatori che saranno invitati.

Il servizio sarà affidato, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1, comma 3 del D.L. 76/2020, all'operatore economico che offrirà il maggior ribasso rispetto all'importo a base d'asta fissato in euro 45.000,00 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 od 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, dando adeguata motivazione in proposito, ad alcun affidamento nel caso in

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- 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 rispondere all'avviso pubblico di manifestazione di interesse entro il termine in esso previsto e dovrà dichiarare di essere in possesso dei seguenti requisiti:

- **Requisiti di ordine generale:**

- Non trovarsi nessuna delle situazioni che comportano l'esclusione ai sensi dell'art. 80 del D.lgs. 50/2016;
- assenza della causa interdittiva di cui all'art. 53, comma 16-ter, del D.lgs. n. 165/2001;

- **Requisiti di idoneità professionale.**

- Essere in possesso dei requisiti di idoneità professionale, ai sensi dell'art. 83, comma 1 lett. a) e comma 3, del D.lgs. 50/2016, di iscrizione alla CCIAA o ad analogo registro dello Stato estero per attività riconducibile o assimilabile a quella del servizio in questione;

- **Capacità economica e finanziaria**

- L'Operatore Economico al momento della presentazione della domanda di partecipazione dovrà dimostrare:

a) la propria idoneità finanziaria ed economica di cui all'art. 83, comma 1 lett. b) e comma 4, del D.lgs. 50/2016, commisurata ad un fatturato medio globale medio annuo, riferito agli ultimi esercizi finanziari disponibili (2020-2019-2018) non inferiore al doppio dell'importo a base di gara, Iva esclusa. Tale requisito è richiesto ai fini di garantire la solidità e l'affidabilità dell'affidatario, a garanzia della corretta esecuzione delle prestazioni richieste. La comprova del requisito dovrà essere fornita ai sensi dell'art. 86, comma 4 del Codice dei contratti pubblici.

b) possesso di 1 referenza bancaria, rilasciata da istituti di credito che attestino la solidità economica e finanziaria dell'impresa;

- **Capacità tecniche e professionali.**

-Aver eseguito direttamente nel triennio antecedente la data di pubblicazione del presente avviso, servizi attinenti al settore oggetto della presente procedura. L'Operatore Economico al momento della presentazione della domanda di partecipazione dovrà dimostrare la propria professionalità e la capacità tecnico organizzativa di cui all'art. 83, comma 1 lett. c) e comma 6, del D.lgs. 50/2016 ed in particolare aver svolto con esito positivo **negli ultimi tre anni (2018-2019-2020), almeno due servizi analoghi a quello della presente procedura in favore di Pubbliche Amministrazioni per un importo almeno pari a quello del presente affidamento**, senza che il contratto sia stato risolto per inadempienza o siano state mosse gravi contestazioni e irrogate penali.

Detti requisiti dovranno essere attestati dai partecipanti al momento dell'avvio della richiesta di 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. 106, comma 12 del

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

D.Lgs. 50/2016, 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

Gli Operatori Economici che avranno risposto all'avviso pubblico manifestando il proprio interesse alla presente procedura sono inviati a partecipare **alla richiesta di offerta sul Mepa e dovranno far pervenire la loro 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 il termine di scadenza o di riaprire il termine stesso, 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 così come specificata nel Disciplinare di gara.

1.9 Motivi di esclusione

I motivi di esclusione sono dettagliati agli artt. 80 e 83 del D.Lgs. 50/2016 e la Stazione appaltante qualora ricorrano le condizioni previste, ove 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, termini 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. 50/2016.

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 ai sensi dell'art. 103 e con le modalità di cui all'art. 93, commi 2 e 3, del D.Lgs. 50/2016, pari al 10 % dell'importo contrattuale. In caso di affidamento del servizio con un ribasso superiore al 10%, la garanzia fideiussoria è aumentata di tanti punti percentuali quanti sono quelli eccedenti il 10%; ove il ribasso sia superiore al 20%, l'aumento è di due punti percentuali per ogni punto di ribasso superiore al 20%. Tale importo potrà essere ridotto del 50% se l'affidatario è in possesso del requisito di cui al comma 7 del citato art. 93; in tal caso lo stesso dovrà produrre copia della certificazione che documenta il possesso del requisito con annessa dichiarazione del legale rappresentante dell'affidatario di conformità all'originale unitamente a copia di documento di identità del dichiarante.

La fideiussione bancaria o la polizza assicurativa 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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

La mancata costituzione della garanzia di cui al comma 3 dell'art. 103 del d.lgs n. 50/2016, 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 Amministrativo di Supporto alle Autorità Indipendenti s'intende perfezionato alla data del versamento della cauzione definitiva.

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 tecnica, **a decorrere dal giorno successivo alla scadenza assegnata, vale a dire dopo il quarantunesimo 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 delle ricerche, a decorrere dal giorno successivo alla scadenza assegnata, vale a dire **dopo il centoventunesimo giorno successivo all'avvenuta consegna della relazione conclusiva**, si disporrà per ogni, 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. 108, e 109 del d.lgs. 50/2016.

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 s. m. e i., 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 della L. 136/2010 s. m. e i "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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

1.13 Pagamento della fattura

I pagamenti potranno essere richiesti allo scadere di ciascuna annualità monitorata a seguito delle 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 al Consiglio regionale dell'Abruzzo – Servizio Amministrativo e di Supporto alle Autorità Indipendenti, 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 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 Corecom Abruzzo è **K4B280** che deve essere inserito nella fattura elettronica in corrispondenza dell'elemento del tracciato denominato "Codice Destinatario".

Oltre al "Codice Univoco Ufficio", che deve essere inserito obbligatoriamente nell'elemento "Codice Destinatario" del tracciato della fattura elettronica, si prega altresì di indicare nella fattura anche le seguenti informazioni:

Informazione	Elemento del tracciato fattura elettronica
Servizio monitoraggio Corecom Abruzzo_ Triennio 2022/2024 e n° 3 ricerche tematiche in ambito televisivo locale	CODICE CIG n.

Infine si invita a voler 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;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- all'accertamento, da parte della stazione appaltante, che il beneficiario non sia inadempiente 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. 30 comma 5 del D.L.gs 50/2016, la stazione appaltante trattiene dal certificato di pagamento l'importo corrispondente all'inadempienza per il successivo versamento diretto agli enti previdenziali e assicurativi.

Ai fine della tracciabilità dei pagamenti, come disposto dalla legge 136/2010, l'Azienda 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.

1.14 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 la dott.ssa Emiliana Di Sabato, tel. emiliana.disabato@crabruzzo.it – Tel. 085.69202635.

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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

Obiettivi del monitoraggio e Criteri metodologici

2.1 Obiettivi del monitoraggio

La convenzione stipulata l'1 aprile 2011 con l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito Agcom), rinnovata in data 19 dicembre 2017, ha attribuito al Corecom Abruzzo (di seguito Corecom) competenze in materia di vigilanza sulle emittenti radiotelevisive locali.

Le funzioni delegate mirano a garantire la corretta e uniforme applicazione della legislazione vigente nel territorio regionale dell'Abruzzo e l'accertamento delle eventuali violazioni per i conseguenti provvedimenti di competenza dell'Agcom.

L'obiettivo che il Corecom 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.

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*", 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 31 luglio 2005, n. 177, recante il "*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*", come successivamente modificato e integrato.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

In tale ambito l'affidatario dovrà verificare che l'emittente identifichi il proprio palinsesto con un unico marchio per non meno di 24 ore settimanali, basandosi sulla scheda di rilevazione in **Allegato G** e se la programmazione sia rispettosa e promuova adeguatamente le culture regionali o locali.

Per quanto riguarda la programmazione regionale della società concessionaria del servizio pubblico, gli obblighi sono definiti nell'articolo 45 del Testo Unico della radiotelevisione, come modificato ex D.Lgs. 44/2010, D.L. 66/2014, L. n° 220/2015 e L. 166/2016 e dettagliati nel vigente *Contratto Nazionale di servizio tra il Ministero dello Sviluppo Economico e la RAI – Radiotelevisione Italiana S.p.A.*

2.1.2 Criteri metodologici

2.1.2.1 - Obblighi di programmazione

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

- L'emittente;
- La data di messa in onda;
- Il titolo del programma;
- L'orario di messa in onda e di conclusione;
- Genere per i programmi della concessionaria pubblica (di cui all'art. 4 del *Contratto di Servizio* e alla delibera 540/06/CONS relativa alle *Linee-guida sugli obblighi del servizio pubblico generale*, rilevato secondo le indicazioni fornite dall'Agcom);
- La durata complessiva della trasmissione;
- Classificazione dell'opera come europea o extraeuropea¹;
- Eventuale identificazione della indipendenza del produttore.

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

L'articolo 3, comma 1, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (TU dei servizi di media audiovisivi e radiofonici) pone tra i principi fondamentali la salvaguardia della dignità della persona, mentre l'art. 34 vieta le trasmissioni 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 34 del TU 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

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

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

(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*.

2.1.2.3 - 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 DM 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*.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

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*” sulle trasmissioni delle emittenti televisive locali dell'Abruzzo è finalizzata a verificare il rispetto delle seguenti disposizioni normative e regolamentari:

- **il Codice di autoregolamentazione tv e minori**

Le disposizioni del Codice hanno contribuito all'introduzione di un sistema di *tutele differenziate per fasce orarie*. In base a tale sistema, 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 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).

- **il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (d.lgs. 177/2005, come modificato dal d.lgs. 15 marzo 2010, n. 44)**

Il decreto legislativo n. 177/2005, recante il “*Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, all'articolo 3, comma 1, contiene enunciazioni di principio, mentre agli articoli 34, 35 e 35bis indica le norme in materia.

- **il DM 218/2006**

Il decreto ministeriale n. 218/2006, contenente “*Regolamento recante disciplina dell'impiego di minori di anni quattordici in programmi televisivi*” 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.

- **la legge n. 41/2007**

La legge 4 aprile 2007, n. 41 “*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*”, ha inteso introdurre alcune modifiche agli artt. 34 e 35 del TU 177/2005, rafforzando le tutele dei valori dello sport nella programmazione televisiva. Il d.lgs. 44/2010 ha poi introdotto nel TU un apposito articolo, il 35 bis, sui valori dello sport.

- **il Codice di autoregolamentazione media e sport**

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

A seguito dell'emanazione di tale legge, il 25 luglio 2007 è stato sottoscritto il “*Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva*” denominato “*Codice 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. Il Codice è stato successivamente recepito con decreto interministeriale (Ministro delle Comunicazioni, Ministro per le Politiche giovanili e le Attività sportive, Ministero della Giustizia) del 21 gennaio 2008, n. 36. Il controllo del rispetto del Codice è affidato all'Agcom che, con delibera n. 14/08/CSP, modificata dalla delibera n. 43/11/CSP, ha provveduto ad adottare il relativo regolamento sulle procedure di vigilanza e sanzionatorie. Il codice è stato da ultimo richiamato dall'art. 35bis del TU 177/2005, come modificato dal d.lgs. 44/2010.

- le **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 TU 177/2005, dal “*Codice di autoregolamentazione TV e minori*” approvato il 29 novembre 2002 e successive modifiche, 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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

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

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

classificazione adottato sulla base dei criteri appositamente individuati dal Comitato Media e Minori 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 TU 177/2005;
- 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.

2.3 Area 3: Pubblicità

2.3.1 Finalità e riferimenti normativi

L'attività di monitoraggio relativa all'area "pubblicità" è finalizzata a verificare il rispetto delle seguenti disposizioni normative e regolamentari:

- **Legge 31 luglio 1997, n. 249**, recante "*Istituzione dell'Agcom e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*";
- **Legge 6 agosto 1990, n. 223**, recante "*Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*" di attuazione alla direttiva (89/552/CEE) del 3 ottobre 1989 del Consiglio delle Comunità europee;
- **Legge 5 ottobre 1991, n. 327**, recante "*Ratifica ed esecuzione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera, con annesso, fatta a Strasburgo il 5 maggio 1989*";
- **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*";
- **Decreto-legge 27 agosto 1993, n. 323**, recante "*Provvedimenti urgenti in materia radiotelevisiva*" convertito, con modificazioni, dalla legge 27 ottobre 1993, n. 422;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- **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*”;
- **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;
- **Delibera Agcom 15 novembre 2001, n. 435/01/CONS**, recante “*Approvazione del regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre in tecnica digitale*”, art. 8;
- **Legge 7 giugno 2000, n. 150**, recante “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*”;
- **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*”;
- **Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177**, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” e ss. mm. e ii.;
- **Legge 6 giugno 2008, n. 101**, recante “*Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante disposizioni urgenti per l’attuazione di obblighi comunitari e l’esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee*”;
- **Delibera Agcom n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001**, recante “*Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite*”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana dell’8 agosto 2001, n. 183, nel testo coordinato con le modifiche apportate dalle delibere nn. 250/04/CSP del 6 ottobre 2004, 34/05/CSP dell’8 marzo 2005, 105/05/CSP del 28 luglio 2005, 132/06/CSP del 12 luglio 2006, 162/07/CSP del 31 ottobre 2007 e 12/08/CSP del 31 gennaio 2008;
- **Delibera Agcom n. 211/08/CSP del 24 settembre 2008**, 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. A norma del nuovo art. 38, comma 13, del TU 177/2005, per “*orario giornaliero di programmazione*” si intende il tempo che intercorre, per ciascun giorno solare, tra l’inizio ed il termine effettivi delle trasmissioni di ciascuna emittente.

Ciascuno di tali eventi pubblicitari sarà individuato secondo la seguente classificazione:

- **Pubblicità tabellare**: pubblicità di contenuto predeterminato trasmessa dalle emittenti radiotelevisive (art 2, lettera ff), d.lgs. 177/05). È la ‘classica’ pubblicità identificata come un insieme di *SPOT*, trasmessi in forma raggruppata nei cosiddetti *break pubblicitari*. Tali *break* vengono trasmessi sia all’interno che al di fuori dei programmi.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- Spot isolati: in alcuni programmi (principalmente eventi sportivi come partite di calcio, sci, Formula 1, ecc.) possono essere trasmessi come “*spot isolati*” della durata di 5/7 secondi. Questi rientrano a tutti gli effetti nella pubblicità tabellare;
- Sovrimpressioni (o Esposizioni): marchio, generalmente dello sponsor della manifestazione, appare per pochi secondi in un angolo dello schermo televisivo, sovrapposto al normale programma in corso ed è generalmente preceduto da un segnale acustico;
- Sovrimpressione animata o INLOGO (art. 5 delibera 211/08/CSP): pubblicità trasmessa in forma digitale in sovrimpressione al normale programma, in una fascia dello schermo;
- Telepromozione: 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, fatta dall’emittente televisiva nell’ambito di un programma, al fine di promuovere la fornitura, dietro compenso, dei beni o dei servizi presentati o esibiti (art 2, lett. mm) d.lgs. 177/2005 e artt. 12 e 13 del D.M. 581/93). In pratica è la pubblicizzazione televisiva di prodotti immessi sul mercato attraverso i normali veicoli di distribuzione (negozi, grandi magazzini, ecc.);
- Televendita: offerta diretta al pubblico trasmessa attraverso il mezzo televisivo allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni (art. 2, lettera ii) d.lgs. 177/2005 e art. 10 del D.M. 581/93);
- Sponsorizzazioni: ogni contributo di un’impresa pubblica o privata, o di una persona fisica, non impegnata nella fornitura di servizi di media audiovisivi o nella produzione di opere audiovisive, al finanziamento di servizi o programmi di media audiovisivi, allo scopo di promuovere il suo nome, il proprio marchio, la propria immagine, le proprie attività o i propri prodotti. Può essere trasmessa sotto forma di *Invito all’Ascolto* (I.A.) oppure come *Citazione* (quest’ultima non rientra nei limiti di affollamento non essendo considerata a tutti gli effetti una forma di pubblicità). La sponsorizzazione è assoggettata a specifica regolamentazione in relazione alla forma, alla durata e al posizionamento all’interno del programma sponsorizzato (art 2, lettera hh) d.lgs. 177/2005 e artt. 3 e 4 del D.M. 581/93);
- Inserimento di prodotti: ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell’inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o ad un marchio così che appaia all’interno di un programma dietro pagamento o altro compenso, (art.2, lettera ll) d.lgs 177/2005);
- Inviti all’ascolto (I.A.): eventi di breve durata (5/7 secondi) in cui si invita lo spettatore alla visione del programma sponsorizzato;
- Billboard d’inizio programma: breve spot di pochi secondi posizionato immediatamente prima l’inizio di un programma;
- Billboard di fine programma: breve spot di pochi secondi posizionato immediatamente dopo la fine di un programma;
- I.A. Promo: posizionato immediatamente prima dell’inizio o dopo la fine di un promo;
- I.A. Jingle: posizionato in prossimità di un break trasmesso all’interno di programmi in cui l’inserzionista è lo sponsor del programma;
- Citazione di inizio o di fine programma: è sempre un invito rivolto a visionare un programma o a ringraziare per aver assistito ad un programma da parte di uno sponsor, ma:
 - non viene mai inquadrata la confezione del prodotto;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- non c'è alcuna forma di promozione sonora, né visiva;
- non viene esposta la scritta "Pubblicità".
- Autopromozione (art. 1 delibera 211/08/CSP), si divide in:
 - Promo: annunci dell'emittente relativi ad un'imminente (nella stessa giornata) o ad una futura trasmissione di programmi televisivi;
 - Autopubblicità: annunci dell'emittente relativi a prodotti (collaterali) appartenenti allo stesso gruppo editoriale dell'emittente su cui lo *spot* viene trasmesso. (es. *spot* della Campagna abbonamenti Rai, *spot* del sito Web Mediasetonline, ecc.);
 - Inpromo: annuncio di un programma che si presenta come sovrimpressione animata.
- Annuncio di servizio pubblico o campagne sociali: messaggi di pubblica utilità trasmessi allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica relativamente ad argomenti di interesse sociale. Possono essere promossi da Enti statali o da altre Istituzioni pubbliche o private (art. 5, comma 1, delibera 538/01/CSP).

L'autopromozione e l'annuncio di servizio pubblico/Campagna sociale non rientrano nel computo dell'affollamento né orario né giornaliero.

2.3.2.2 - Rilevazioni

I controlli sulla pubblicità dovranno verificare:

- A) AFFOLLAMENTO: controllo delle percentuali di pubblicità oraria e giornaliera trasmessa;
- B) POSIZIONAMENTO: controllo delle modalità dell'inserimento dei messaggi pubblicitari nei programmi;
- C) DIVIETO di trasmissione di alcune pubblicità (*spot* di medicinali, prodotti da tabacco, bevande superalcoliche o, in determinati casi, alcoliche), oppure di *spot*, in adiacenza di cartoni animati, che contengano gli stessi personaggi del cartone; o di presentare all'interno di un programma, dallo stesso presentatore, una telepromozione senza cambio di contesto scenico, etc... (analisi del contenuto della pubblicità per alcuni prodotti e rispetto dei vincoli di trasmissione).

Per le rilevazioni si compilerà una tabella corrispondente alla verifica effettuata per ciascuna delle ipotesi di violazione, utilizzando i modelli delle tabelle in allegato.

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.

Di seguito vengono elencate le possibili violazioni alla normativa, suscettibili, allo stato attuale, di rilievo ad esito del monitoraggio:

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- Affollamento orario per spot (art. 38, comma 9, decreto legislativo 177/05);
- Affollamento giornaliero per spot (art. 38, comma 9, decreto legislativo 177/05);
- Spot pubblicitari e di televendita isolati e inserimento di pubblicità televisiva e di spot di televendita (art. 37, comma 2, decreto legislativo 177/05 e art. 4, comma 5, delibera 538/01/CSP come modificata dalle delibere 250/04/CSP e 105/05/CSP);
- Interruzione di opere teatrali, liriche e musicali (art. 37, comma 3, decreto legislativo 177/05 e art. 3, delibera 211/08/CSP);
- Interruzione di notiziari televisivi, lungometraggi cinematografici, film per la tv (ad esclusione di serie, seriali, romanzi a puntate) e documentari di durata inferiore a 30 minuti (art. 37, comma 4, decreto legislativo 177/05);
- Interruzione di programmi religiosi (art. 37, comma 5, decreto legislativo 177/05);
- Interruzione di programmi per bambini (art. 37, comma 5, decreto legislativo 177/05 e art. 4, comma 6, delibera Agcom 538/01/CSP);
- Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi (art. 3, comma 4, delibera Agcom 538/01/CSP e successive modifiche);
- Presentazione di televendite da parte dello stesso conduttore del programma nello stesso contesto scenico (art. 3, comma 4, delibera Agcom 538/01/CSP);
- Riconoscibilità del messaggio pubblicitario (pubblicità non segnalata) (art. 36bis, comma 1, lett. a) decreto legislativo 177/05 e art. 3, commi 1 e 2, delibera 538/01/CSP);
- Pubblicità che fa richiamo a presentatori di TG o rubriche di attualità, (art. 3, comma 5, delibera 538/01/CSP);
- Pubblicità contenente parodie o imitazioni di programmi, divieto di sponsorizzazione di programmi (art. 3, comma 6, delibera 538/01/CSP);
- Divieto di sponsorizzazione di TG e notiziari (art. 7, commi 1 e 2, DM 581/93);
- Sponsorizzazioni dei programmi contenitore (art. 9, commi 1 e 2, D.M. 581/93);
- Divieto di pubblicità e televendite di bevande alcoliche (art. 1, comma 1, lett. b), legge n.37/06; art. 4.4 Codice autoregolamentazione Tv e Minori, modalità di cui all'art. 37, comma 9, decreto legislativo 177/05; art. 8 del D.M. 581/93);
- Divieto di pubblicità di sigarette e tabacco (art. 36bis, comma 1, lett. d), decreto legislativo 177/05 e art. 8 del D.M. 581/93);
- Divieto di pubblicità di prodotti medicinali e cure mediche (art. 36 bis, comma 1, lett. f) e art. 37, c. 8, decreto legislativo 177/05 e art. 8 del D.M. 581/93);
- Divieto di trasmissione di spot reclamizzanti servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici del gioco del lotto, enalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi di tipo interattivo dalle ore 7 alle ore 24 (art. 5ter, comma 6, delibera 538/01/CSP modificata dalla delibera 34/05/CSP).

A) Affollamento

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

Per il calcolo dell'affollamento occorre effettuare il monitoraggio dell'intera giornata televisiva. Si compilerà la tabella relativa al calcolo degli affollamenti sommando le durate degli eventi pubblicitari. Ai fini del computo dell'affollamento, l'art. 38, comma 13 del TU 177/2005 prevede che l'ora di orologio si computa partendo, per ciascuna giornata di programmazione, dall'ora e dal minuto di inizio delle trasmissioni di ciascuna emittente.

Vanno esclusi dal computo dell'affollamento (art. 38, commi 6 e 12, e art. 40, comma 2 bis del TUSMAR D.Lgs. 177/2005):

- annunci dei servizi media audiovisivi locali relativi ai propri programmi ed ai prodotti collaterali da questi direttamente derivati,
- citazioni, ovvero gli annunci di sponsorizzazione;
- inserimenti di prodotti;
- autopromozioni e attività di informazione e di comunicazione istituzionale, compresi i messaggi di utilità sociale e di pubblico interesse;
- messaggi pubblicitari 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 gratuitamente o a condizioni di favore;
- brevi messaggi pubblicitari rappresentati da anteprime di opere cinematografiche europee di prossima programmazione;
- finestre di televendita di durata non inferiore a 15 minuti.

Se uno *spot* iniziato nell'ora precedente prosegue nell'ora successiva, cioè la sua durata è a cavallo di due diverse fasce orarie, ai fini dell'affollamento verrà suddiviso secondo il suo reale peso (cioè suddividendo le durate per le due diverse fasce).

Le rilevazioni dell'affidatario evidenzieranno:

- **affollamento orario:** tale limite non deve superare il 25% dell'ora. È possibile arrivare fino al 27% nel caso in cui ci sia compensazione nelle ore antecedente o successiva; comprende la **pubblicità tabellare** (spot, sovrimpressioni e sovrimpressione animata/in logo) + le comunicazioni dello **sponsor** del programma diverse dalle forme di sponsorizzazione ammesse (Inviti all'ascolto, Jingle e Billboard) + le **telepromozioni** e le **finestre di televendite** di durata inferiore a 15 minuti;
- **affollamento giornaliero:** tale limite non può eccedere il 25% della programmazione giornaliera e comprende la **pubblicità tabellare** (spot, sovrimpressioni e sovrimpressione animata/in logo) + le comunicazioni dello **sponsor** del programma diverse dalle forme di sponsorizzazione ammesse (Inviti all'ascolto, Jingle e Billboard) + le **telepromozioni** e le **finestre di televendite** di durata inferiore a 15 minuti.

Detrazione per inserimento di frame neri

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

Per tener conto dell'inserimento di *frame* neri tra uno *spot* e l'altro, prassi eseguita dalla maggior parte dei concessionari di pubblicità, si ritiene ragionevole l'adozione di una tolleranza pari a 10/25 di secondo (400 millisecondi - 10 *frames* a *spot*) per ogni *spot* trasmesso.

La detrazione può variare in considerazione del numero di eventi pubblicitari assimilati a *spot* (ad esempio Jingle, sovrimpressioni, sovrimpressioni animate e Billboard sono tutti assimilati a *spot*) trasmessi in una stessa ora.

Tale valore sarà quindi variabile, dipenderà dal numero di eventi pubblicitari trasmessi e dovrà essere quindi conteggiato di volta in volta, tenendo presente che sarà dato dalla funzione: Numero di *spot* trasmessi nell'ora moltiplicato per 10/25 di secondo.

Affollamento orario

Limite del 25% ± 2% dell'ora precedente o successiva (art. 38 comma 9, D.Lgs. 177/05).

Tutte le percentuali raggiunte nell'ora superiori al 27% corrispondente a 16 minuti 12 secondi (972 secondi), saranno considerate violazioni.

Nel caso di percentuale rilevata tra il 25 e il 27 dovranno essere esaminate anche le percentuali nelle fasce adiacenti. Nel caso in cui sia possibile compensare la percentuale in eccesso nell'ora precedente non si avrà violazione.

Esempio pratico: nel caso di valore calcolato in una determinata fascia oraria pari al 26,5% si ha violazione solo se il valore in eccesso rispetto al valore del 25%, cioè 1,5%, aggiunto al valore percentuale riscontrato nella fascia oraria precedente non supera il 25%. Se nella fascia oraria precedente il valore raggiunto è uguale o prossimo al 25%, non si ha la possibilità di recupero dell'eccedenza e, allora, si va a considerare la fascia oraria successiva. Si ha riscontro di violazione se la somma del valore di pubblicità trasmessa e l'eccedenza della percentuale dell'ora precedente è superiore al 27 %, mentre non lo è (violazione) se la somma risulta inferiore.

Affollamento giornaliero

Limite non superiore al 25% della programmazione giornaliera (art. 38, comma 9, D.Lgs. 177/05).

Per il riscontro valutativo di questa violazione devono essere presi in esame e conteggiati tutti i messaggi pubblicitari come più sopra indicati. Il limite giornaliero di pubblicità trasmessa, dato dalla somma delle percentuali orarie dell'intera giornata televisiva (corrispondente alla giornata solare) non potrà superare 6 ore (pari a 360 minuti).

Tutte le informazioni ricavate dall'analisi delle registrazioni della programmazione diffusa dalle emittenti monitorate dovranno essere raccolte in forma tabellare, secondo i modelli riportati in Allegato.

Nella tabella **Allegato K** relativa agli affollamenti orari e giornalieri, sono riportati i valori ottenuti conteggiando i messaggi pubblicitari come più sopra indicati. La tabella, relativa ad un'unica emittente, riporta nelle righe i giorni del mese e in colonna le 24 fasce orarie e il totale giornaliero. I valori degli affollamenti, riportati per giorno e per ciascuna fascia oraria, vengono indicati in minuti e secondi e in valore percentuale.

Dopo la compilazione della tabella in Allegato K, analizzando in dettaglio i valori monitorati, si procederà alla redazione della tabella finale riassuntiva degli sforamenti, ossia delle violazioni riscontrate. Si veda al proposito la scheda in **Allegato L**, in cui le frecce stanno ad indicare che in

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

quella fascia oraria l'eccedenza fino al 2% rispetto al valore del 25% è stata recuperata. Laddove non c'è possibilità di recupero viene indicato nella casella il valore dello sforamento.

Un quadro complessivo delle rilevazioni sarà riportato compilando le tabelle riprodotte nella scheda in *Allegato M*.

B) Posizionamento della pubblicità all'interno e tra programmi

A norma dell'art. 37, comma 2, del TUSMAR 177/2005 gli spot pubblicitari e di televendita isolati devono costituire eccezione, salvo se inseriti in eventi sportivi. La pubblicità televisiva e gli spot di televendita possono essere inseriti anche nel corso di un programma ma non ne deve essere pregiudicata l'integrità, tenendo conto degli intervalli naturali nonché della sua durata e natura, nonché i diritti dei titolari.

A norma dell'art. 37, comma 7, del d.lgs. 177/2005, ai fini delle interruzioni pubblicitarie, 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, al lordo della pubblicità inserita, come previsto nella programmazione del palinsesto.

Interruzioni di programmi sportivi per spot isolati (art. 37, comma 2, TU 177/05 e art. 4, comma 5, delibera 538/01/CSP come modificata dalle delibere 250/04/CSP e 105/05/CSP)

Gli sport che dovranno essere monitorati sono gli sport il cui regolamento sportivo ne prevede la suddivisione in tempi distinti (ad esempio calcio, tennis, ma anche pugilato, pallacanestro, pallavolo) ove il gioco è fermo ed è possibile inserire pubblicità senza che venga interrotta l'azione di gioco e per questo il telespettatore venga danneggiato.

Non devono essere invece monitorati gli sport di tipo continuativo (motociclismo, automobilismo, etc... esclusi da questa fattispecie di violazione).

Ai sensi dell'art. 4.1. della delibera 105/05/CSP, si deve controllare che il numero massimo di *spot* trasmessi durante l'intera partita o gara sportiva non sia superiore a sei. Per ciascuno *spot* isolato trasmesso all'interno della partita (di calcio, o altro) deve essere specificata l'azione sportiva interrotta (precedente all'interruzione o successiva ad essa) con la messa in onda dello *spot* (ad es. calcio di punizione, rimessa laterale, rimessa da fondo etc., palleggio) secondo il regolamento sportivo (FIFA per il calcio o altri).

Nel caso del calcio, sarà considerata violazione la trasmissione di *spot* superiori a sei e l'eventuale interruzione di azione sportiva se lo *spot* è trasmesso in corrispondenza di eventi diversi da:

- le sostituzioni dei giocatori;
- l'accertamento degli infortuni dei calciatori;
- il trasporto dei calciatori infortunati fuori dal terreno di gioco.

La Tabella "*Interruzioni di partite di calcio per inserimento di spot isolati*" – riprodotta in *Allegato N* - dovrà contenere le seguenti informazioni:

- emittente;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- indicazione dell'incontro di calcio, della data di trasmissione, nonché dell'ora d'inizio e fine dello stesso;
- per ogni interruzione, indicazione dell'orario con specificazione del minuto e secondo dell'inizio e della fine;
- tipo di pubblicità inserita.

Interruzione di opere teatrali, opere cinematografiche, liriche e musicali (art. 37, commi 3 e 6, TU 177/05)

Vanno controllate tutte le emittenti locali, ad eccezione di quelle che effettuano l'interconnessione. Per l'individuazione di eventuali episodi per questa fattispecie di violazione dovranno essere monitorate le opere teatrali, i film, le opere di musica lirica e le opere musicali.

Le verifiche da effettuare dovranno essere le seguenti:

- Le interruzioni pubblicitarie nelle opere teatrali, nei film, nelle opere liriche e musicali possono essere inserite, oltre che nelle pause o tra un tempo e l'altro, anche in numero di due per ogni atto o tempo indipendentemente dalla sua durata;
- Le opere di durata compresa tra i 90-109 minuti possono essere interrotte 2 volte per ogni atto o tempo;
- Le opere di durata superiore a 110 minuti possono essere interrotte 3 volte oltre a 1 ulteriore interruzione per ogni periodo di 45 minuti.

La Tabella "*Interruzione di opere teatrali, film, opere liriche e musicali*" – riprodotta in *Allegato O* - dovrà essere compilata secondo le seguenti indicazioni:

- Titolo del programma interrotto con indicazione della data di trasmissione, nonché dell'ora d'inizio e fine dello stesso;
- Genere del programma;
- Per ciascuna interruzione, indicazione dell'orario con specificazione del minuto e secondo dell'inizio e della fine dell'interruzione;
- Durata dell'interruzione;
- Tipo di pubblicità inserita.

Interruzione di programmi religiosi (art. 37, comma 5, decreto legislativo n. 177/05)

- Dovranno essere monitorati tutte le funzioni religiose di qualsiasi durata, che non possono mai essere interrotte.
- Per la rilevazione si utilizza la *Tabella P* in allegato.

Interruzione di notiziari televisivi, lungometraggi cinematografici, film prodotti per la televisione (art. 37, comma 4, TU 177/05)

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

I programmi che devono essere monitorati sono i notiziari televisivi, lungometraggi cinematografici, film prodotti per la televisione ad esclusione di serie, seriali, romanzi a puntate e documentari, per verificare il rispetto di quanto stabilito dall'art. 37, comma 4, del decreto legislativo n. 177/05.

La Tabella “Interruzione di notiziari televisivi, lungometraggi cinematografici, film prodotti per la televisione” – riprodotta in *Allegato Q* - dovrà contenere le seguenti informazioni:

- Emittente;
- Titolo programma, data di trasmissione con indicazione dell'orario di inizio e fine;
- Genere del programma (notiziari, rubriche di attualità, documentari, funzioni religiose, programmi per bambini);
- Durata lorda del programma (comprensiva dei messaggi pubblicitari inseriti all'interno del programma);
- Numero di interruzioni pubblicitarie;
- Orario di inizio e fine delle interruzioni pubblicitarie;
- Tipo della pubblicità inserita.

Interruzione di cartoni animati (artt. 3, 34 TU 177/05 e art. 4, comma 7 delibera 538/01/CSP)

Dovranno essere monitorati i cartoni animati e controllare che non siano trasmesse pubblicità per verificare il rispetto di quanto stabilito decreto legislativo n. 177/05 e della delibera n. 538/01/CSP.

La tabella “*Interruzione di cartoni animati*” (*Allegato R*) dovrà contenere le seguenti informazioni:

- Emittente;
- Titolo del programma per bambini con indicazione della data di trasmissione e dell'orario di inizio e di fine;
- Numero degli eventi pubblicitari inseriti con indicazione dell'orario di inizio e fine;
- Tipo di pubblicità inserite;
- Ora di inizio e ora di fine di ciascuna interruzione.

Interruzione di programmi per bambini (art. 37, comma 5, TU 177/05 e art. 4, comma 6, delibera 538/01/CSP)

I programmi che dovranno essere monitorati saranno quelli trasmessi nella fascia protetta (ore 16-19) e destinati solo ai bambini.

La tabella “*Interruzione programmi per bambini*” (in *Allegato S*) dovrà contenere le seguenti informazioni:

- Emittente;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- Titolo del programma per bambini con indicazione della data di trasmissione e dell'orario di inizio e di fine;
- Numero degli eventi pubblicitari inseriti con indicazione dell'orario di inizio e fine;
- Tipo di pubblicità inserite;
- Ora di inizio e ora di fine di ciascuna interruzione;

C) Riconoscibilità del messaggio pubblicitario e divieto di pubblicità occulta

Riconoscibilità del messaggio pubblicitario (pubblicità non segnalata) (artt. 36 bis, 37 e 39 TU 177/05; art. 3, commi 1 e 2, delibera Agcom 538/01/CSP)

Ogni trasmissione di pubblicità dovrà essere opportunamente segnalata o con scritte sovrimpresse sul video o con avviso acustico, in maniera che il telespettatore possa distinguere la pubblicità dal programma trasmesso.

In particolare:

- la pubblicità televisiva e le televendite devono essere chiaramente riconoscibili come tali 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 ovvero acustici o spaziali (art. 37, comma 1, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici);
- nel corso della trasmissione del messaggio pubblicitario o della televendita devono essere inserite le scritte "pubblicità" o "televendita";
- è vietato diffondere messaggi pubblicitari e televendite con una potenza sonora superiore a quella ordinaria dei programmi;
- è vietata la diffusione di messaggi pubblicitari da parte del conduttore del programma in corso nel contesto dello stesso;
- è vietato trasmettere pubblicità e televendite che imitano o costituiscono la parodia di un particolare programma prima o dopo la trasmissione e durante i suoi intervalli;
- i programmi contenitore sponsorizzati, devono essere chiaramente riconoscibili in quanto tali.

Sono proibite le comunicazioni commerciali audiovisive occulte (art. 36 bis, comma 1, lettera a) T.U. 177/2005)

D) Pubblicità e minori

Le comunicazioni commerciali audiovisive non arrecano pregiudizio fisico o morale ai minori. Non esortano pertanto i minori ad acquistare o locare un prodotto o un servizio sfruttando la loro inesperienza o credulità, né li incoraggiano a persuadere i loro genitori o altri ad acquistare i beni o i servizi pubblicizzati, né sfruttano la particolare fiducia che i minori ripongono nei genitori,

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

negli insegnanti o in altre persone, né mostrano senza motivo minori che si trovano in situazioni pericolose. (art. 36 bis, comma 1 lettera g), T.U. 177/2005).

E) Analisi, per specifici contenuti, di spot pubblicitari

Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi (art 3, comma 4, delibera Agcom 538/01/CSP e successive modifiche)

Dovranno essere controllati i break adiacenti alla trasmissione di un cartone per verificare se gli spot utilizzino gli stessi personaggi del cartone trasmesso (ad esempio il giornalino “Topolino” dopo aver trasmesso il cartone della Disney – (*Allegato T*))

Presentazione di televendite da parte dello stesso conduttore del programma nello stesso contesto scenico (art 3, comma 4, delibera Agcom 538/01/CSP)

Dovrà essere verificato che se nel corso di un programma il presentatore presenta una televendita, l’ambientazione o lo sfondo dello studio siano diversi da quelli del programma, oppure i costumi siano diversi etc, cioè si verifichi che sia un cambio di contesto scenico (*Allegato U*)

Pubblicità che fa richiamo a presentatori di TG o rubriche di attualità, (art.3, comma 5, delibera 538/01/CSP)

I messaggi pubblicitari, le televendite e le telepromozioni non devono fare richiamo a persone che presentano regolarmente i telegiornali e le rubriche di attualità ai sensi *dell’art 3, comma 5, delibera 538/01/CSP (Allegato V)*

Pubblicità contenente parodie o imitazioni di programmi, divieto di sponsorizzazione di programmi (art. 3, comma 6, delibera 538/01/CSP)

Non devono essere trasmesse pubblicità e televendite che imitano o sono la parodia di un particolare programma prima o dopo la sua trasmissione, né durante gli intervalli ai sensi *dell’art 3, comma 6 della delibera 538/01/CSP (Allegato W)*

Divieto di sponsorizzazione di TG e notiziari (art 7, commi 1 e 2, DM n° 581/93)

I telegiornali e comunque i notiziari radiotelevisivi di carattere politico, economico e finanziario, nonché i programmi di consulenza per i consumatori, non possono essere sponsorizzati ai sensi *dell’art 7, commi 1 e 2, D. M. n° 581 del 1993 (Allegato X)*

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

I programmi sponsorizzati, inseriti in un programma contenitore e identificati all’interno dello stesso con sigle di apertura e chiusura, i film / film tv / le serie televisive identificati da un titolo di testa o di coda, devono essere chiaramente riconoscibili come programmi sponsorizzati e con l’indicazione del nome e/o del logo dello sponsor all’inizio e/o alla fine del programma ai sensi *dell’art 9 comma 1 del D.M. n° 581 del 1993*. Va verificato inoltre che il programma contenitore non comprenda più di un programma sponsorizzato per ogni ora intera di trasmissione ai sensi *dell’art 9 comma 2 del D.M. n° 581 del 1993 (Allegato Y)*

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

Divieto di pubblicità di bevande alcoliche (artt. 36 bis, comma, 1 lettera e) e 37, comma 9, d.lgs. 177/05; art. 1; comma 1, lettera b), legge n. 37/2006; art. 4.4 Codice autoregolamentazione Tv e Minori)

Le modalità di trasmissione di *spot* e televendite reclamizzanti bevande alcoliche deve avvenire in conformità con quanto descritto *all'artt. 36 bis comma 1 lettera e) e 37, comma 9 del decreto legislativo 177/05, e successive modifiche.*

Come prescritto, non possono essere trasmessi *spot* pubblicitari reclamizzanti bevande contenenti alcool all'interno dei programmi direttamente rivolti ai minori e nelle interruzioni pubblicitarie immediatamente precedenti e successive.

Eventuali violazioni andranno riportate in una apposita tabella per ciascun canale monitorato (*Allegato Z*).

Divieto di pubblicità di sigarette e tabacco (art 36 bis, comma 1, lettera d) d.lgs. 177/05 e art. 8 del D.M. 581/93)

Ai sensi dell'art 36 bis, comma 1, lettera d) del decreto legislativo 177/05 è fatto divieto di pubblicizzare in tv sigarette e tabacco (*Allegato AA*).

Divieto di pubblicità di prodotti medicinali e cure mediche (art. 36 bis comma 1, lettera f), decreto legislativo n. 177/05)

È vietata la pubblicità radiofonica e televisiva dei medicinali e delle cure mediche ottenibili esclusivamente su prescrizione medica.

La pubblicità radiofonica e televisiva di strutture sanitarie è regolata dalla apposita disciplina in materia di pubblicità sanitaria di cui alla legge 5 febbraio 1992 n. 175, come modificata dalla legge 26 febbraio 1999, n. 42, dalla legge 14 ottobre 1999, n. 362, nonché dall'articolo 7, comma 8, della legge 3 maggio 2004, n. 112, e successive modificazioni (*Allegato BB*).

Divieto di trasmissione di spot reclamizzanti servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici del gioco del lotto, enalotto, totocalcio, totogol totip lotterie e giochi di tipo interattivo dallo ore 7 alle ore 24 (art. 5 ter, comma 6, delibera 538/01/CSP modificata dalla delibera 34/05/CSP)

Ai sensi dell'art. 5 ter, comma 6, della delibera 538/01/CSP modificata dalla delibera 34/05/CSP, gli spot reclamizzanti servizi di astrologia, cartomanzia, pronostici del gioco del lotto, enalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi di tipo interattivo, non possono essere trasmessi dalle ore 7 alle ore 24, (è consentita la loro trasmissione, quindi, dalle ore 24.01 alle ore 6.59).

Inoltre, durante tali spot 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 ai sensi dell'art 5 ter, comma 1 (*Allegato CC*).

Le televendite di tali servizi di astrologia, cartomanzia, lotto e simili possono essere trasmesse dalle ore 23,01 alle 6.59 ai sensi dell'art 5 ter, comma 3, della delibera 538/01/CSP e successive modifiche (*Allegato DD*). Se fanno utilizzo di numerazioni a sovrapprezzo, devono recare la scritta

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

in sovrimpressione: “Facoltà per l’utente di attuare il blocco selettivo di chiamata” ai sensi dell’art 5 ter, comma 5.

Divieto di mostrare il logo di una sponsorizzazione (art. 39, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici)

Il TU 177/2005 sancisce il divieto di mostrare il logo di una sponsorizzazione durante i programmi per bambini, i documentari ed i programmi religiosi (art. 39, comma 6, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici). (*Allegato EE*)

Emittenti a carattere comunitario

Qualora il monitoraggio riguardi anche emittenti a carattere comunitario la rilevazione e l’analisi dei dati dovranno tenere conto della normativa specifica. In particolare, l’art. 2, comma 1 del TU 177/2005 “*<emittente a carattere comunitario>, l'emittente che ha la responsabilità editoriale nella predisposizione dei programmi destinati alla radiodiffusione televisiva in ambito locale che si impegna: a non trasmettere più del 5 per cento di pubblicità per ogni ora di diffusione; a trasmettere programmi originali autoprodotti per almeno il 50 per cento dell'orario di programmazione giornaliero compreso dalle 7 alle 21*”.

2.4 Area 4: Pluralismo politico-istituzionale e sociale

2.4.1 Finalità e riferimenti normativi

L’attività di monitoraggio sulle trasmissioni delle emittenti televisive locali dell’Abruzzo relativamente a tale area e della testata regionale RAI rispetto esclusivamente a quella dedicata al “*pluralismo politico-istituzionale*”, è finalizzata a verificare il rispetto 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

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

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;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- 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 Corecom 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 Corecom.

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

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

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;
 - 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;
 - L'orario di messa in onda e di conclusione;
 - La durata complessiva (esclusi eventuali intermezzi pubblicitari, giochi, ecc.);
 - Il conduttore/i conduttori;
- Programmi diversi dai telegiornali - costituiscono elementi identificativi di ciascun programma diverso dai telegiornali:
 - L'emittente;
 - La testata/la rete;
 - La data di messa in onda;
 - Il titolo del programma;
 - L'orario di messa in onda e di conclusione;
 - La durata complessiva della trasmissione;
 - Il conduttore/i conduttori;
 - La fascia di programmazione in cui ricade l'inizio del programma.

Il Corecom 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 Corecom.

B) I soggetti

Per ogni soggetto devono essere rilevate le seguenti informazioni:

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- 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 Corecom.

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 Corecom;
- 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;

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

- 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 1** 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 2022/2024 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.

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)

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 Corecom Abruzzo, al massimo **entro il termine di cinque giorni dal riscontro** al fine di consentire il puntuale avvio del relativo procedimento da parte del Corecom stesso ai sensi della normativa vigente.

F.to

Il Dirigente

Dott.ssa Michela Leacche

PER ACCETTAZIONE

(Timbro Operatore Economico)

(Firma del Legale Rappresentante)