

A seguito delle informazioni raccolte attraverso il monitoraggio televisivo delle emittenti nazionali svolto dalla società incaricata dall'Autorità e le autocertificazioni ricevute dalle emittenti televisive, è stato redatto il documento riassuntivo relativo al biennio 1999-2000 che è stato trasmesso, come previsto dalla direttiva “Televisione senza frontiere”, alla Commissione europea.

Dal controllo compiuto, con riferimento alle percentuali d'investimento effettuate dalle emittenti nazionali a diffusione terrestre, relativamente agli introiti percepiti nel 2000, è emerso che tutte le società hanno rispettato gli obblighi previsti dalla normativa, come riportato nella Tabella 2.6.

Tabella 2.6 - Quote d'investimento in opere e programmi audiovisivi europei (legge 122/98 e delibera n. 9/99)

Società/gruppo	Canali controllati	Canali	Quota investimento obbligatoria (%)	Quota investimento nel 2000 (%)
Rai spa	Raiuno	3	20*	25,4
	Raidue			
	Raitre			
RTI-Mediaset spa	Canale 5	3	10**	42,1
	Italia 1			
	Rete 4			
Cecchi Gori	Tmc - La 7	2	10***	58,9
Communications spa	Tmc2 - Mtv			
Telepiù spa	Tele+ Bianco	2	10**	1.672,9
	Tele+ Nero			
Rete A srl	Rete A	1	10**	44,9

* 20% dei proventi da canone annuale netto nelle opere audiovisive

** 10% degli introiti netti da pubblicità in produzione e acquisto di programmi audiovisivi europei

Riguardo alle emittenti satellitari, va ricordato che, a seguito dell'emissione, da parte dell'Autorità, della delibera n. 127/00/CONS, a partire dall'anno 2000, sono state autorizzate alla diffusione televisiva anche tali emittenti, che si sono aggiunte alle concessionarie nazionali ai fini della verifica del rispetto degli obblighi di legge sopracitati. La delibera n. 127/00/CONS ha, infatti, disciplinato il rilascio di titoli abilitativi alle emittenti televisive che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati parti dell'accordo per la televisione transfrontaliera, sottoscritto a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificato con legge 5 ottobre 1991, n. 327.

I dati riguardanti l'attività autorizzatoria svolta nel corso dell'anno 2001 sono i seguenti:

Domande di autorizzazione ricevute nel 2001 (una per programma): 20

Domande presentate nel 2000 ancora in corso d'istruttoria: 14

Totale: 34

Autorizzazioni rilasciate 2001: 28

Domande per le quali i richiedenti hanno inoltrato rinuncia: 2

Domande in istruttoria: 4

Totale: 34

Al 31 dicembre 2001, risultano autorizzate alla diffusione di programmi televisivi via satellite 44 emittenti per un totale di 109 programmi.

Per quanto concerne l'attività di monitoraggio realizzata nell'area relativa al pluralismo, va detto che tale attività è stata principalmente finalizzata a garantire la parità di trattamento, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità delle trasmissioni televisive. Nell'ambito del monitoraggio televisivo svolto in tale area, si possono individuare tre linee di attività principali:

a) il pluralismo in campagna elettorale (controllo delle modalità di rappresentazione e dei tempi concessi alle forze politiche e ai candidati, ecc.). Con riguardo all'attività svolta in periodo elettorale si dirà in seguito, nella sezione dedicata alla *par condicio* (si veda il paragrafo 3.8);

b) il pluralismo politico in periodo ordinario (controllo della salvaguardia dei principi di equità più volte richiamati dalle norme legislative, degli indirizzi emessi dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, tesi a garantire una rappresentazione il più possibile equilibrata delle diverse forze politiche);

c) il più generale pluralismo sociale (controllo della rappresentazione delle diverse realtà sociali e culturali e delle diverse voci, opinioni e correnti di pensiero presenti nella società, anche al fine di garantirne l'accesso al sistema informativo).

L'attività di monitoraggio, effettuata da centri di rilevazione esterni, è intesa a fornire i dati elementari di primo livello (suscettibili, quindi, di diverse e successive elaborazioni) sull'intera programmazione televisiva "pertinente" delle principali reti nazionali italiane 24 ore su 24 (notiziari, *talk show*, rubriche di approfondimento e tutte le trasmissioni che si prestano al tipo di analisi e metodologia sviluppate in questi anni dai centri di ricerca specializzati, con esclusione di: *fiction*, documentari, cartoni animati e pubblicità, perché in queste tipologie di programmi è estremamente difficile individuare una metodologia per rilevare il grado di pluralismo). Questo tipo di attività ha reso possibile, nel tempo, la formazione e lo sviluppo di metodologie di rilevazione, di criteri di classificazione e di modelli di analisi che hanno dato luogo ad una reportistica mensile effettuata relativamente alla programmazione delle emittenti televisive nazionali, consentendo una lettura del contesto e degli scenari della comunicazione televisiva dell'intera programmazione televisiva. Viene, per esempio, operata una distinzione tra il tempo dedicato al soggetto (tempo di antenna) e il tempo gestito direttamente da quest'ultimo (tempo di parola). Inoltre, l'Autorità – ai sensi della legge n. 28/2000 e correlati regolamenti di attuazione – effettua, sia in periodo ordinario che elettorale, l'osservazione del comportamento della stampa quotidiana e periodica, allo scopo di rilevare eventuali violazioni delle norme previste per le inserzioni a pagamento di natura politica (messaggi politici elettorali) e per la pubblicazione dei sondaggi.

Per quanto riguarda gli aspetti legati al monitoraggio relativo all'area "Garanzie dell'utenza", l'Autorità ha svolto attività di accertamento e verifica delle norme in ambito televisivo riferibili a tale area, esaminando circa 120 presunte ipotesi di violazione, gran parte in materia di tutela dei minori, delle quali si dirà nel successivo paragrafo 3.10.

Le attività svolte nell’ambito delle “Garanzie dell’utenza” hanno compreso anche i procedimenti svolti in materia di pubblicità radiotelevisiva, diritto di rettifica, pluralismo interno, tutela dei soggetti deboli, nonché le risposte agli utenti circa reclami e quesiti posti in questo ambito. Al riguardo, è perciò opportuno evidenziare che, a volte, le attività inerenti tali aree hanno trasversalmente interessato anche altre aree in cui è suddiviso il sistema di monitoraggio televisivo.

È inoltre da segnalare che in materia di tutela di soggetti deboli, l’Autorità, nell’ambito del progetto comunitario “*Tuning into diversity*”, ha partecipato alla realizzazione, in collaborazione con la Fondazione Censis, di uno studio sulla rappresentazione televisiva degli immigrati e delle minoranze etniche in Italia. Tale studio ha peraltro comportato lo svolgimento di attività di monitoraggio e di analisi del contenuto di un campione di programmi nazionali televisivi italiani andati in onda dal mese di maggio al mese di settembre 2001.

3.4.3. Gli interventi in materia di diritto di rettifica

L’articolo 10 della legge 6 agosto 1990 n. 223, sotto la rubrica “Telegiornali e giornali radio – Rettifica – comunicati di organi pubblici”, disciplina l’esercizio del diritto di rettifica rispetto alle emittenti radiotelevisive. L’istituto si configura come strumento di comunicazione “aggiuntiva” che, controbilanciando le notizie diffuse da un’emittente, da un lato, tutela un interesse strettamente privatistico (il diritto a non vedere alterata la propria identità personale, morale ed ideale) e dall’altro lato, contribuisce ad arricchire e a differenziare le “voci” indirizzate al pubblico ai fini di una completa e corretta informazione.

Presupposto fondamentale per l’esercizio di tale diritto è l’oggettiva diffidenza dell’informazione diffusa dall’emittente rispetto al vero e, a tal proposito, l’accertamento di tale circostanza, nel corso dei procedimenti, è stato condotto dall’Autorità prendendo in considerazione sia le valutazioni operate dalle parti (richiedente ed emittente televisiva), sia elementi quali l’esattezza delle fonti, le modalità di esposizione dei fatti, il contesto in cui gli stessi sono stati riferiti.

Per il periodo maggio 2001- aprile 2002, sono pervenute sette richieste di esercizio di diritto di rettifica da parte di soggetti privati, procedibili ai sensi dell’art. 5 del decreto del Presidente della Repubblica n. 255 del 27 marzo 1992 recante il “Regolamento di attuazione della legge 6 agosto 1990, n. 223 sulla disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato”. Tra tali richieste, in due casi l’Autorità ha riconosciuto esistente la lesione degli interessi morali e materiali del richiedente, determinata da notizie contrarie a verità, ordinando la trasmissione di comunicati rettificativi secondo le modalità previste dall’art. 10, comma 4, della legge 6 agosto 1990, n. 223, mentre per gli altri cinque casi è stata disposta l’archiviazione, in quanto non susseguivano i presupposti per l’esercizio del diritto previsti dall’art. 10, comma 2, della legge 6 agosto 1990, n. 223 nonché dall’art. 7, comma 1, del decreto del Presidente della Repubblica 27 marzo 1992, n. 255.

3.5. LA RADIO

In data 19 dicembre 2000, l'Autorità ha riattivato il Comitato per lo sviluppo dei sistemi digitali, costituito con delibera n. 77/98 del 25 dicembre 1998, al fine di sviluppare gli aspetti connessi all'introduzione della tecnologia digitale nel campo della radiofonia (T-DAB). Le azioni sulle quali si è concentrato il Comitato hanno riguardato l'analisi delle problematiche tecniche ed economiche relative all'introduzione ed allo sviluppo dei servizi radiofonici digitali terrestri, attraverso l'esame dei problemi riguardanti la trasmissione, la ricezione, la produzione industriale di apparati professionali e di consumo, la definizione dei requisiti del servizio, i riflessi economici e la definizione delle soluzioni più efficienti ed efficaci per le citate problematiche, nonché l'elaborazione di proposte operative per l'avvio e lo sviluppo dei servizi. A tali gruppi di lavoro hanno partecipato esponenti di emittenti, associazioni, e società del settore coinvolte.

Lo svolgimento di tali compiti è stato assegnato a cinque diversi gruppi di studio:

- a) gruppo di studio A - individuazione dei requisiti del servizio;
- b) gruppo di studio B - piano di assegnazione delle frequenze;
- c) gruppo di studio C - problemi di carattere industriale e di mercato;
- d) gruppo di studio D - proposte operative;
- e) gruppo di studio E - coordinamento delle attività.

Tali gruppi di studio si sono svolti nel corso dell'anno 2001 e all'inizio del 2002.

Sulla base dei risultati conseguiti nei gruppi di lavoro A, B e C, nel gruppo di lavoro D sono stati ipotizzati diversi scenari per l'introduzione e lo sviluppo della radiofonia digitale terrestre. Il documento finale, che è attualmente in fase di preparazione, consiste in una relazione generale degli studi del Comitato e comprenderà una sintesi delle descrizioni delle problematiche che sono emerse dagli studi, oltre alle posizioni assunte ed ai possibili scenari di avvio e di sviluppo del servizio di radio-diffusione digitale T-DAB.

3.6. L'EDITORIA

Nella primavera dello scorso anno, il settore dell'editoria si è arricchito di due importanti provvedimenti che ne hanno determinato una significativa innovazione. In particolare, si tratta della legge n. 62 del 7 marzo 2001, recante "Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981 n. 416" e della delibera 236/01/CONS del 30 maggio 2001, con cui l'Autorità ha adottato il regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione (ROC).

Tali testi normativi apportano un contributo rilevante nel settore dell'editoria, in particolare elettronica, in quanto il concetto di prodotto editoriale risulta ampliato, ricomprensivo, per la prima volta, anche i prodotti realizzati su supporto informatico e diffusi anche con mezzi elettronici. Del resto, lo stesso Registro degli operatori di comunicazione, sostituitosi ai due precedenti registri relativi alla stampa ed alla radiotelevisione, contempla, tra i soggetti obbligati all'iscrizione, anche i soggetti esercenti editoria elettronica o digitale (per una più ampia trattazione del ROC, si veda il paragrafo 3.5).

Da quanto detto, emerge con evidenza come il settore sia in notevole espansione, risentendo inevitabilmente delle evoluzioni tecnologiche che hanno determinato un superamento degli schemi propri di un'attività editoriale tradizionale.

Come frequentemente avviene in un contesto di evoluzione normativa, anche per l'applicazione delle nuove norme indicate sono emerse, sia per gli operatori del settore, sia per l'Ufficio registro ed assetti dell'Autorità, alcune difficoltà legate, ad esempio, all'adattamento dei criteri esistenti alle attività editoriali a mezzo stampa e *on line*. In tal senso, l'art. 2, comma 1, lett. f, del citato regolamento considera la regolare periodicità della testata come requisito per poter essere qualificati soggetti esercenti l'editoria elettronica o digitale, dando maggiore attenzione all'aspetto funzionale, rispetto al mezzo di diffusione.

Come premesso, l'ampliamento del panorama dell'editoria istituzionale ha comportato alcuni problemi in sede di prima applicazione, anche con riferimento alla registrazione delle testate elettroniche, laddove – ad esempio – alcuni tribunali hanno respinto le domande volte alla registrazione delle stesse, non avendo ancora ben compreso in quali termini fosse stata ampliata la nozione di prodotto editoriale.

Inoltre, si sono riscontrati problemi di coordinamento delle disposizioni esistenti; ci si riferisce, in particolare, a quanto indicato nell'art. 16 della legge n. 62/01 (nella parte in cui dispone che “i soggetti tenuti all'iscrizione al registro degli operatori di comunicazione, ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. a), numero 5), della legge 249/97, sono esentati dall'osservanza degli obblighi previsti dall'art. 5 della legge 47/48”), e all'art. 5 della legge sulla stampa n. 47/48, laddove la prima disposizione riguarda gli editori obbligati all'iscrizione al ROC, mentre l'altra si riferisce ai proprietari che hanno l'obbligo di registrare le testate presso i tribunali.

A tali incertezze, si è tuttavia posto rimedio attraverso un'interpretazione restrittiva della norma di nuova introduzione, individuando l'ambito di operatività esclusivamente nei confronti di coloro che sono, allo stesso tempo, editori e proprietari della testata, cosicché solo per questi opera il regime di esenzione dall'obbligo di registrazione presso i tribunali.

Tuttavia, al di là delle problematiche relative all'applicazione del nuovo quadro normativo descritte, occorre sottolineare l'importanza legata all'istituzione del richiamato Registro degli operatori di comunicazione che, attraverso l'ampliamento dell'ambito soggettivo di applicazione dello

stesso, si configura come uno strumento capace di controllare l'intero panorama della comunicazioni, in modo tale da poter reperire, ogni volta in cui sia necessario, le informazioni di rilievo relative ai diversi operatori iscritti.

3.7. LA PUBBLICITÀ

3.7.1. Gli interventi in materia di regolamentazione

Il Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite (di seguito “il regolamento”) di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 (pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 183 dell’8 agosto 2001 ed entrato in vigore in data 8 ottobre 2001), è stato adottato dalla Commissione per i servizi ed i prodotti dell’Autorità ai sensi dell’art. 1, comma 6, lett. b), n. 5 della legge n. 249 del 31 luglio 1997, in attuazione delle disposizioni in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite.

Il regolamento reca la disciplina di dettaglio delle prescrizioni in materia di pubblicità radiotelevisiva, contenute nella direttiva comunitaria c.d. Televisione senza frontiere 89/552/CEE, così come modificata dalla direttiva 97/36/CE. Tali disposizioni sono state recepite nell’ordinamento italiano con diversi interventi normativi, tra i quali si evidenziano: la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante “Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato”, e successive modificazioni; la legge 5 ottobre 1991, n. 327, di ratifica ed esecuzione della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera del 5 maggio 1989; la legge 30 aprile 1998, n. 122, recante “Differimento di termini previsti dalla legge 31 luglio 1997, n. 249, relativi all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nonché norme in materia di programmazione e di interruzioni pubblicitarie televisive” e la legge 29 marzo 1999, n. 78, recante “Disposizioni urgenti per lo sviluppo equilibrato dell’emittenza televisiva e per evitare la costituzione o il mantenimento di posizioni dominanti nel settore radiotelevisivo”.

In conformità al citato quadro normativo, il regolamento contiene la disciplina d’attuazione di alcuni importanti principi, di derivazione prevalentemente comunitaria, in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite. Ai sensi dell’articolo 2, comma 2, del regolamento, tale disciplina si applica sia alla concessionaria pubblica, sia ai concessionari privati, nonché a tutte le emittenti, definite all’articolo 1, comma 1, lettera b) quali i soggetti, sottoposti alla giurisdizione italiana, che hanno la responsabilità editoriale nella composizione dei palinsesti dei programmi radiotelevisivi e che li trasmettono o li fanno trasmettere da terzi.

In particolare, all’articolo 3, il regolamento stabilisce le modalità d’attuazione del principio di riconoscibilità del messaggio pubblicitario rispetto al resto della programmazione prevedendo, tra l’altro, l’adozione, nei codici di autoregolamentazione, di un unico segnale di interru-

zione pubblicitaria nel corso dei programmi dedicati ai minori (art. 3, comma 3, del regolamento).

All'articolo 4, il regolamento dispone i criteri di inserimento della pubblicità televisiva nelle trasmissioni televisive. In conformità all'orientamento espresso dalla Corte di giustizia nella sentenza del 28 ottobre 1999 nella causa C-6/98, *Pro Sieben*, il regolamento prevede l'applicazione del criterio di calcolo del "tempo lordo" per l'inserimento della pubblicità nei programmi, in tutte le ipotesi di cui all'articolo 3 della legge 30 aprile 1998, n. 122. Inoltre, lo stesso articolo 4, stabilisce le modalità di interruzione dei programmi composti da parti autonome (comma 3), dei programmi sportivi (comma 5) e dei programmi per bambini (commi 6 e 7).

L'articolo 5 prevede l'esclusione, dai limiti d'affollamento, di due categorie di messaggi: le autopromozioni e le attività di informazione e di comunicazione istituzionale, di cui alla legge 7 giugno 2000, n. 150, compresi i messaggi di utilità sociale e di pubblico interesse.

Infine, l'articolo 6, comma 2, contiene il richiamo agli strumenti sanzionatori dell'Autorità in materia, prevedendo specifiche sanzioni per le violazioni degli obblighi e dei divieti di cui al regolamento, nonché in ogni altro caso non diversamente disciplinato dalla legge, le sanzioni di cui all'articolo 2, comma 20, lettera c), della legge 14 novembre 1995, n. 481 e di cui all'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

3.7.2. Gli interventi in materia di vigilanza

Con l'avvio operativo del sistema di monitoraggio per le rilevazioni nel settore pubblicitario, affidato ad una società esterna, l'Autorità ha provveduto a controllare le tecniche di rilevazione degli eventi pubblicitari adottate dalla Società, a verificare la congruità dei dati rilevati e la corrispondenza e l'aderenza dei valori conteggiati con le disposizioni legislative, a definire e ad affinare le tecniche e gli strumenti, anche informativi, per una migliore e più aderente presentazione e utilizzazione dei dati.

Nel corso dell'anno 2001, anche a fronte dell'emanazione, da parte dell'Autorità, del "Regolamento in materia di pubblicità televisiva e televendite" (delibera n. 538/01/CSP), sono state introdotte modifiche e sono stati implementati nuovi algoritmi di rilevazione degli eventi rispetto al periodo precedente.

Le emittenti televisive nazionali monitorate sono state Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Italia 1, Rete 4, Tmc (dal 24 giugno 2001 denominata La 7) e Tmc 2 (quest'ultima dal 1° maggio 2001 trasmette la programmazione di Mtv).

Per ciascuna di queste emittenti sono stati monitorati e conteggiati gli eventi pubblicitari al fine di verificare il rispetto delle norme circa gli "affollamenti pubblicitari" (art. 8, comma 6 e 7, legge n. 122/98) e i "posizionamenti della pubblicità", questi ultimi con riferimento agli *spot* isolati (art. 3, comma 1, legge n. 122/98), alle interruzioni delle opere audiovisive (art. 3, comma 3, legge n. 122/98), alla distanza tra le interruzioni (art. 3, comma 4, legge n. 122/98), ai programmi inferiori a 30 minuti (art. 3, comma 5, legge n. 122/98).

3.7.3. Gli interventi in materia di pubblicità ingannevole

Ai sensi dell'art. 7, comma 5, decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67 quando un messaggio pubblicitario viene diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana, ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, prima di provvedere, richiede un parere obbligatorio, ma non vincolante, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Per il periodo maggio 2001 - aprile 2002 l'Autorità ha provveduto a rendere 113 pareri in materia di pubblicità ingannevole.

3.8. LA PAR CONDICIO

3.8.1. Gli interventi in materia di regolamentazione

Nel periodo di riferimento (luglio 2001 – giugno 2002), l'Autorità ha proseguito negli adempimenti relativi all'attuazione della legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione e per la comunicazione politica durante le campagne elettorali e referendarie".

L'Autorità, cui attiene di disciplinare l'ambito dell'emittenza radiotelevisiva privata e della stampa, vi ha provveduto a termini di legge, previa consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, cui compete la parallela attuazione normativa della legge n. 28/2000 con riguardo alla programmazione della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo.

In particolare, con riferimento alle diverse consultazioni elettorali svoltesi nell'arco di tempo in questione, la Commissione per i servizi e i prodotti - quale organo competente a emanare i regolamenti in materia di *par condicio* politica e elettorale (art. 1, comma 6, lett. b), n. 9 della legge n. 249/1997) - ha deliberato, ai sensi dell'art. 4, commi 2, 3, 6 e 11, dell'art. 5, comma 1, dell'art. 7, comma 1, e dell'art. 8, comma 2, della legge n. 28/2000, le necessarie disposizioni di dettaglio sulla comunicazione politica radiotelevisiva, sui messaggi radiotelevisivi autogestiti, sui programmi d'informazione radiotelevisiva, sui messaggi politici sulla stampa quotidiana e periodica e sui sondaggi politici ed elettorali.

I provvedimenti hanno contestualmente dato attuazione anche alle norme della legge 10 dicembre 1993, n. 515 (artt. 1, comma 5, e 20), ancora in vigore, perché non abrogate dalla stessa legge n. 28/2000.

Sulla base delle istruttorie compiute, la Commissione per i servizi e i prodotti, competente in materia, ha adottato finora 109 delibere a carattere organizzatorio o relative a procedimenti in tema di *par condicio*, di cui 45 nell'anno 2001 e 64 dal 1° gennaio al 30 maggio 2002. Con spe-

cifico riguardo ai regolamenti complessivamente adottati dall'Autorità per l'attuazione della legge n. 28/2000, tra il luglio 2001 e il giugno 2002, sono stati 4, di cui 3 nell'anno 2001 e 1 dal 1° gennaio al 30 maggio 2002, ed hanno riguardato nell'ordine:

1) il *referendum* popolare confermativo della legge costituzionale recante modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione, indetto per il giorno 7 ottobre 2001 (delibera n. 539/01/CSP);

2) le elezioni comunali e provinciali nella Regione siciliana e nella regione Trentino-Alto Adige, fissate per il giorno 25 novembre 2001 (delibera n. 569/01/CSP);

3) le elezione del Consiglio e del Presidente della Giunta della regione Molise, fissata per il giorno 11 novembre 2001 (delibera n. 570/01/CSP);

4) le elezioni comunali e provinciali, fissate per i giorni 19 e 26 maggio 2002 (delibera n. 45/02/CSP), così come modificata dalla delibera n. 58/02/CSP.

Le delibere - sulla base di *standard* ormai definiti e collaudati a partire soprattutto dal 2001 - completano, con coerenza di sistema, le possibilità di regolamentazione date dai diversi tipi di campagna elettorale e referendaria, soprattutto con riferimento ai sistemi elettorali e all'ambito territoriale di incidenza.

Un breve cenno meritano soprattutto le definizioni di "soggetto politico" e la ripartizione degli spazi per la comunicazione politica e per i messaggi autogestiti, operate, nelle diverse ipotesi, dalla Commissione per i servizi e i prodotti. Nel caso del *referendum* popolare confermativo della legge costituzionale recante "modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione", la delibera n. 539/01/CSP, oltre ai gruppi parlamentari nazionali e alle forze politiche con due rappresentanti al Parlamento europeo, ha esteso in modo ampio l'ambito di legittimazione anche ai comitati, alle associazioni e agli altri organismi collettivi rappresentativi di forze sociali e politiche con un interesse rilevabile al quesito referendario. Gli spazi in radio e in televisione *ex lege* sono stati ripartiti in misura eguale tra favorevoli e contrari al quesito referendario.

Nel caso delle elezioni comunali e provinciali in Sicilia e in Trentino-Alto Adige, la delibera n. 569/01/CSP ha inteso per soggetti politici: a) nel periodo tra la convocazione dei comizi elettorali e la presentazione delle candidature: i gruppi consiliari comunali e provinciali, nonché le forze politiche con due rappresentanti al Parlamento europeo o in un ramo del Parlamento nazionale; b) nel periodo tra la presentazione delle candidature e la chiusura della campagna elettorale: le coalizioni collegate ad un candidato-sindaco o candidato-presidente della Provincia, nonché le forze politiche che presentano liste o gruppi di candidati-consiglieri.

Gli spazi per la comunicazione politica e per i messaggi autogestiti sono ripartiti, nel primo sottoperiodo, per il 90% ai gruppi consiliari, tenendo conto della rispettiva forza, e per il 10% alle altre forze politiche legittimate, in modo paritario; nel secondo sottoperiodo, per il 50% alle coalizioni e per il 50% alle liste o gruppi, sempre in modo paritario.

Nel caso delle elezioni regionali del Molise, la delibera n. 570/01/CSP ha inteso per soggetti politici: a) nel primo sottoperiodo, i gruppi consiliari regionali, nonché le forze politiche con due rappresentanti al Parlamento europeo o in un ramo del Parlamento nazionale; b) nel secondo sottoperiodo, le coalizioni che presentano un candidato-presidente della Regione, nonché le forze politiche che presentano liste di candidati-consiglieri, in circoscrizioni che interessino almeno un quarto dell'elettorato e quelle rappresentative di minoranze linguistiche.

Gli spazi per la comunicazione politica e per i messaggi autogestiti sono ripartiti, nel primo sottoperiodo, per il 90% ai gruppi consiliari, tenendo conto della rispettiva forza, e per il 10% alle altre forze politiche legittimate, in modo paritario; nel secondo sottoperiodo, per il 50% alle coalizioni e per il 50% alle liste o gruppi, ivi inclusi quelli rappresentativi di minoranze linguistiche, sempre in modo paritario.

Nel caso delle recentissime elezioni comunali e provinciali del 19 e 26 maggio 2002, la delibera n. 45/02/CSP ha riproposto le definizioni di “soggetto politico” e le ripartizioni degli spazi radiotelevisivi indicati dalla precedente delibera n. 569/01/CSP.

3.8.2. Gli interventi in materia di vigilanza

L’Autorità è chiamata a garantire, nei periodi ordinari e di campagna elettorale, il rispetto delle norme sull’accesso ai mezzi di comunicazione dettate, oltre che dalla legge n. 515 del 1993, dalla legge 22 febbraio 2000, n. 28 in tema di *par condicio*. Tale legge determina obblighi riguardanti sia le emittenti private (verso le quali si applicano provvedimenti regolatori, discendenti dalla legge n. 28/2000, emanati dall’Autorità), sia la concessionaria pubblica (la cui condotta è disciplinata da appositi regolamenti della Commissione bicamerale di vigilanza parimenti scaturenti dalla citata norma generale). Essa comporta, in caso di inadempienze o infrazioni, l’apertura di specifici procedimenti sanzionatori.

Nel corso dell’anno 2001 si è susseguita una serie di consultazioni politiche. In particolare:

a) le consultazioni del 13 maggio 2001 per il rinnovo della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica (si veda la Relazione annuale 2001, p. 158);

b) le consultazioni comunali e provinciali nella regione Friuli Venezia Giulia fissate per il giorno 10 giugno 2001 (si veda la Relazione annuale 2001, p. 158);

c) le consultazioni per l’elezione del Presidente della Regione siciliana e dei deputati dell’Assemblea regionale siciliana fissate per il giorno 24 giugno (si veda la Relazione annuale 2001, p. 158);

d) la campagna per il *referendum* popolare confermativo della legge costituzionale recante modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione indetto per il giorno 7 ottobre 2001;