



Nota in materia di *par condicio*, delibera AGCOM n. 1/18/CONS relativa alle campagne per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica del 4 marzo 2018.

Prot. 1364/A0305A-R dell'11/1/2018

Con decreto del Presidente della Repubblica n. 209 del 28 dicembre 2017, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 302 del 29 dicembre 2017, sono stati convocati i comizi per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica per il giorno **domenica 4 marzo 2018**.

In data 10 gennaio 2018 l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom) ha pubblicato la delibera n. 1/18/CONS recante *Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica fissate per il 4 marzo 2018*.

Con la presente nota, pertanto, si intende brevemente richiamare l'attenzione delle emittenti radiotelevisive locali sugli adempimenti attraverso cui si attua la *par condicio* da parte delle emittenti che esercitano l'attività di radiodiffusione televisiva e sonora privata.

Nei **programmi di informazione** (telegiornali, giornali radio, notiziari e ogni altro programma di contenuto informativo a rilevante presentazione giornalistica) le emittenti radiofoniche e televisive locali devono garantire il pluralismo, attraverso la parità di trattamento, l'obiettività, la correttezza, la completezza, la lealtà, l'imparzialità, l'equità e la pluralità dei punti di vista; a tal fine, quando vengono trattate questioni relative alle consultazioni elettorali, deve essere assicurato l'equilibrio tra i soggetti politici secondo quanto previsto dall'art. 11-*quater* della legge 22 febbraio 2000, n. 28, e dal citato Codice di autoregolamentazione. Resta comunque salva per l'emittente la libertà di commento e di critica, che, in chiara distinzione tra informazione e opinione, salvaguardi comunque il rispetto delle persone.

Pur rimanendo salva per le emittenti la libertà di commento e critica, in queste trasmissioni è, **tuttavia, vietato fornire anche in forma indiretta, indicazioni o preferenze di voto, da limitarsi esclusivamente ai programmi di comunicazione politica ed ai messaggi elettorali autogestiti a pagamento (MAP) o messaggi elettorali autogestiti gratuiti (MAG).**

Con riferimento alla **comunicazione istituzionale**, secondo quanto disposto dall'art. 9 della legge 28/2000 e s.m.i., dalla data di convocazione dei comizi (28 dicembre 2017) e fino alla chiusura delle operazioni di voto (4 marzo 2018), tutte le pubbliche Amministrazioni (nella fattispecie la Regione, le Città metropolitane, i Comuni e relativi consorzi e aziende),

fermo restando il normale espletamento dell'attività istituzionale degli organi ed uffici dell'Ente, possono svolgere attività di comunicazione soltanto **in forma impersonale** e allorquando la comunicazione sia ritenuta dall'Ente **indispensabile** all'efficace assolvimento delle proprie funzioni.

Ai fini del rispetto del contenuto dell'articolo 9 della legge 28/2000 sono vietate le attività informative veicolate attraverso i mezzi di comunicazione di massa. Pertanto, l'ambito del divieto non può essere circoscritto solo all'attività svolta attraverso i tradizionali mezzi di comunicazione di massa (cartellonistica, convegni, spot radiotelevisivi), ma investe ogni attività di comunicazione che sia caratterizzata da un'ampiezza, capacità diffusiva e pervasività analoghe a quelle dei mezzi di informazione cui si rivolge la legge, vale a dire ogni attività di comunicazione esterna, quali che siano i mezzi tecnici ed organizzativi all'uopo usati – e quindi anche la comunicazione attraverso internet (cd. reti telematiche) – sempre che però tale attività per le sue caratteristiche sia suscettibile di arrecare pregiudizio al valore della parità di trattamento dei soggetti politici nello svolgimento della campagna elettorale.

Relativamente ai **programmi di comunicazione politica** (tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, interviste), le emittenti televisive e radiofoniche locali che intendono dedicare spazi a questo tipo di propaganda, tra l'entrata in vigore della presente delibera e la chiusura delle campagne elettorali, devono consentire una effettiva parità di condizioni tra i soggetti politici competitori, anche con riferimento alle fasce orarie e al tempo di trasmissione. In rapporto al numero dei partecipanti e agli spazi disponibili, il principio delle pari opportunità tra gli aventi diritto può essere realizzato, oltre che nell'ambito della medesima trasmissione, a nell'ambito di un ciclo di più trasmissioni, purché ciascuna di queste abbia analoghe opportunità di ascolto.

La parità di condizioni di cui al comma 1 deve essere riferita:

nel periodo intercorrente tra la data di convocazione dei comizi elettorali e la data di presentazione delle candidature, ai soggetti politici di cui all'art. 2, comma 1:

- a) le forze politiche che costituiscono Gruppo in almeno un ramo del Parlamento nazionale;
- b) le forze politiche, diverse da quelle di cui alla lettera a), che hanno eletto con proprio simbolo almeno due rappresentanti dell'Italia al Parlamento europeo;
- c) le forze politiche, diverse da quelle di cui alle lettere a) e b) e che hanno eletto con proprio simbolo almeno un rappresentante nel Parlamento nazionale e che sono

oggettivamente riferibili ad una delle minoranze linguistiche indicate dall'art. 2 della legge 15 dicembre 1999, n. 482;

d) il Gruppo Misto della Camera dei deputati e il Gruppo Misto del Senato della Repubblica, i cui Presidenti individuano d'intesa fra loro, secondo criteri che contemperino le esigenze di rappresentatività con quelle di pariteticità, i parlamentari non facenti parte delle forze politiche di cui alle lettere precedenti, che di volta in volta rappresentano i Gruppi medesimi.

nel periodo intercorrente tra la data di presentazione delle candidature e quella di chiusura delle campagne elettorali, ai soggetti politici di cui all'art. 2, comma 2.:

a) le coalizioni di cui all'art. 14-*bis* del decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, presenti con il medesimo simbolo in ambiti territoriali tali da interessare complessivamente almeno un quarto del totale degli elettori;

b) le liste di candidati di cui all'art. 14 del decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, che sono presenti con il medesimo simbolo in ambiti territoriali tali da interessare complessivamente almeno un quarto del totale degli elettori ovvero che sono rappresentative di minoranze linguistiche riconosciute.

L'eventuale assenza di un soggetto politico **non** pregiudica l'intervento nelle trasmissioni degli altri soggetti, **ma non** determina un aumento dei tempi a essi spettanti. In tale caso, nel corso della trasmissione è fatta esplicita menzione delle predette assenze.

I calendari di queste trasmissioni devono essere comunicati almeno sette giorni prima, anche mezzo posta elettronica certificata, al Corecom (corecom@cert.cr.piemonte.it) che ne informa l'Agcom.

E' possibile realizzare trasmissioni di comunicazione politica anche mediante la partecipazione di giornalisti che rivolgono domande ai partecipanti, assicurando, comunque, imparzialità e pari opportunità nel confronto tra i soggetti politici.

Con riguardo ai **messaggi elettorali autogestiti a pagamento (MAP)**, nel periodo intercorrente tra la data di convocazione dei comizi elettorali e quella di chiusura di ciascuna campagna elettorale, le emittenti che intendono offrire questi spazi devono darne notizia mediante un avviso da mandare in onda, almeno una volta al giorno nella fascia oraria di maggiore ascolto, per tre giorni consecutivi. La messa in onda può avvenire a far data dalla convocazione dei comizi elettorali e costituisce condizione essenziale per la diffusione dei MAP in periodo elettorale.

Per questi messaggi ogni emittente è tenuta a praticare una tariffa massima non superiore al 70% del listino di pubblicità tabellare e a tutti i soggetti politici devono essere riconosciute le condizioni di miglior favore praticate ad uno di essi poiché si devono assicurare condizioni economiche uniformi.

Verbalmente o in sovrimpressione, secondo la tipologia dell' emittente radiofonica o televisiva, deve essere comunicata la natura del messaggio: "Messaggio elettorale a pagamento" e indicato il soggetto politico committente.

Relativamente ai messaggi elettorali autogestiti gratuiti (MAG), nel periodo intercorrente tra la data di presentazione delle candidature e quella della chiusura della campagna elettorale, le emittenti radio-televisive locali possono trasmettere i MAG per la presentazione non in contraddittorio di liste e programmi.

Entro il quinto giorno successivo alla data di entrata in vigore della delibera n. 1/18/CONS, le emittenti radiotelevisive locali che intendono trasmettere i MAG sono tenute all'osservanza delle disposizioni di cui all'art.13 della delibera n. 1/18/CONS.

I soggetti politici interessati a trasmettere i MAG, fino al giorno di presentazione delle candidature, devono osservare le modalità previste all'art 13, comma 2 della sopra citata delibera.