



CIRCOLARE IN MERITO ALL'ELEZIONE DIRETTA DEI SINDACI E DEI CONSIGLI COMUNALI, NONCHE' DEI CONSIGLI CIRCOSCRIZIONALI, FISSATA PER IL GIORNO 31 MAGGIO 2015.

INDICAZIONI RELATIVE ALL' APPLICAZIONE
DELLA LEGGE 28/2000 E S.M.I.

Agli Editori
Emittenti radiotelevisive locali

Ai Responsabili
degli Uffici di comunicazione
dei Partiti politici

Oggetto: Applicazione della legge 28/2000 e s.m.i. e della delibera AGCOM 165/15/CONS -
Circolare in merito all'elezione diretta dei sindaci e dei consigli circoscrizionali, fissata
per il giorno 31 maggio 2015.

In data 16/4/2015, sulla G.U. Serie Generale n. 88 è stata pubblicata la Delibera 165/15/CONS dell'Autorità per le Garanzie per le Comunicazioni contenente *le disposizioni attuative della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità d'accesso ai mezzi d'informazione per l'elezione diretta dei Sindaci e dei Consigli comunali per il giorno di domenica 31 maggio 2015.*

Con la presente nota, si intende brevemente richiamare l'attenzione sugli adempimenti attraverso cui si attua la *par condicio* nella programmazione radiotelevisiva locale.

Relativamente all'**INFORMAZIONE**, i notiziari ed i programmi di approfondimento giornalistico si conformano con particolare rigore ai principi di tutela del pluralismo, dell'indipendenza, dell'obiettività e dell'apertura alle diverse forze politiche per un tempo di norma paritario nell'arco di una settimana.

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 gratuiti (MAG).**

Relativamente alla **COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE**, secondo quanto disposto dall'art.9 della l. 28/2000, dalla data di convocazione dei comizi (31 marzo 2015) e fino alla chiusura delle operazioni di voto, tutte le pubbliche Amministrazioni (nella fattispecie la Regione, le Province, 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.

Relativamente alla **COMUNICAZIONE POLITICA** (tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, interviste), le emittenti che intendono dedicare spazi a questo tipo di propaganda devono consentire una effettiva parità di condizione fra i soggetti politici competitori, anche con riferimento alle fasce orarie ed al tempo di trasmissione. **Devono, quindi, godere tutti della stessa visibilità e a tutti devono essere garantite analoghe opportunità di ascolto.**

L'eventuale assenza di un soggetto politico **non** pregiudica l'intervento nelle trasmissioni degli altri soggetti, **ma non** determina un aumento dei tempi ad 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 a mezzo fax, al CORECOM competente per territorio.

Ai programmi di comunicazione politica, diversamente da quanto accade per i programmi d'informazione nei quali è consentita la presenza anche di **sogetti politici non in competizione**, possono partecipare **soltanto i soggetti politici della competizione elettorale oggetto del programma** ed è, altresì, vietato qualsiasi riferimento ad altre consultazioni in corso.

Relativamente ai **MESSAGGI ELETTORALI AUTOGESTITI A PAGAMENTO (MAP)** 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 far data dalla convocazione dei comizi elettorali (31 marzo 2015) 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. A queste tariffe si applica l'aliquota IVA secondo la normativa vigente.

Il messaggio deve essere preceduto e seguito verbalmente o in sovrimpressione, secondo la tipologia dell'emittente, dal seguente annuncio : "Messaggio elettorale a pagamento" con l'indicazione del soggetto politico committente.

Relativamente ai **MESSAGGI ELETTORALI AUTOGESTITI GRATUITI (MAG)**, nel periodo intercorrente tra la data di presentazione delle candidature (circa un mese prima del giorno fissato per la consultazione elettorale) e quello di chiusura, le emittenti disponibili a mandarli in onda devono osservare le seguenti modalità:

1. ripartizione di tali messaggi **in modo paritario** tra i soggetti politici (**liste e coalizioni**) e **rispetto della parità di condizioni** anche con riferimento alle fasce orarie;
2. organizzazione in modo autogestito e durata compresa, a scelta del richiedente, tra **uno e tre minuti** per le **TV** e **trenta e novanta secondi** per le **Radio**;
3. trasmissione dei messaggi - che **non** possono interrompere altri programmi **né** essere interrotti e che **devono essere collocati in modo autonomo nella programmazione** - all'interno di appositi contenitori sino **ad un massimo di quattro per ogni giornata di programmazione**. Questi contenitori, **ciascuno comprensivo di almeno tre messaggi**, devono essere collocati uno per ciascuna delle **seguenti fasce orarie, progressivamente** a partire dalla prima: **prima fascia 18.00 - 19.59; seconda fascia 12.00 -14.59; terza fascia 21.00 - 23.59; quarta fascia 07.00 - 8.59;**
4. limite massimo di **due messaggi per giornata di programmazione** sulla stessa emittente per ogni soggetto politico;
5. comunicazione verbale o scritta (in sovrimpressione) circa la natura del messaggio (**messaggio elettorale gratuito**) ed il soggetto politico committente: **LISTE e GRUPPI DI LISTE O COALIZIONI DI LISTE.**



I messaggi non sono computati nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsto dalla legge.

La gratuità riguarda lo spazio concesso dalle emittenti ma non i costi di realizzazione del messaggio.