



**La normativa italiana sulla pubblicità televisiva che prescrive limiti orari di affollamento pubblicitario più bassi per le emittenti televisive a pagamento rispetto a quelli stabiliti per le emittenti televisive in chiaro è, in linea di principio, conforme al diritto dell'Unione**

*Il principio di proporzionalità dev'essere tuttavia rispettato*

La direttiva «sui servizi di media audiovisivi»<sup>1</sup> sottopone la pubblicità televisiva a norme minime e criteri finalizzati a garantire la protezione degli interessi dei consumatori, rappresentati dai telespettatori. A tale riguardo, essa prevede un limite del 20% per spot di televendita e pubblicità televisiva per ora d'orologio, ma lascia agli Stati membri la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose.

La legislazione italiana<sup>2</sup> prevede che la trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo non può eccedere il 4% dell'orario settimanale di programmazione ed il 12% di ogni ora. La trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte delle altre emittenti televisive in chiaro non può eccedere il 15% dell'orario giornaliero di programmazione ed il 18% di ogni ora, mentre per le emittenti televisive a pagamento, non poteva eccedere, per l'anno 2011, il 14% di ogni ora (in questi due casi, ogni eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2% nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva).

Il 5 marzo 2011, tra le 21.00 e le 22.00, la Sky Italia ha trasmesso, mediante la propria emittente a pagamento Sky Sport 1, 24 spot pubblicitari televisivi per una durata di 10 minuti e 4 secondi, pari ad una percentuale oraria del 16,78%, superando quindi l'affollamento pubblicitario orario nazionale del 14% imposto alle emittenti televisive a pagamento.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) ha di conseguenza irrogato alla Sky Italia una sanzione pari a EUR 10 329.

La Sky Italia ha chiesto al Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio l'annullamento della decisione dell'AGCOM, che essa considera contraria al diritto dell'Unione.

Tale giudice chiede alla Corte di giustizia se la direttiva «sui servizi di media audiovisivi» nonché il principio della parità di trattamento e le libertà fondamentali garantite dal Trattato FUE ostino ad una normativa nazionale che prescrive limiti orari di affollamento pubblicitario più bassi per le emittenti televisive a pagamento rispetto a quelli stabiliti per le emittenti televisive in chiaro.

<sup>1</sup> Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (GU L 95, pag. 1).

<sup>2</sup> Decreto legislativo n. 177, del 30 luglio 2005 – Testo unico dei Servizi di Media audiovisivi e radiofonici.

Nella sua odierna sentenza, la Corte ricorda anzitutto che **la direttiva** non procede ad un'armonizzazione completa dei settori da essa disciplinati, ma **stabilisce prescrizioni minime**<sup>3</sup>.

Gli Stati membri conservano pertanto la facoltà di prevedere norme più particolareggiate o più rigorose e, in alcuni casi, condizioni differenti, purché siano conformi al diritto dell'Unione. In tal senso, la direttiva, pur prevedendo che la percentuale di spot televisivi pubblicitari e di spot di televendita non debba superare il 20%, non esclude che gli Stati membri impongano limiti diversi al di sotto di tale soglia. Le norme nazionali devono tuttavia rispettare il principio di parità di trattamento.

La Corte precisa poi che **i principi e gli obiettivi delle norme relative all'affollamento pubblicitario televisivo mirano ad instaurare una tutela equilibrata**, da un lato, **degli interessi finanziari delle emittenti televisive e degli inserzionisti e**, dall'altro, **degli interessi degli autori e dei realizzatori, nonché dei consumatori**, rappresentati dai telespettatori.

**Detto equilibrio varia a seconda che le emittenti televisive siano a pagamento o in chiaro.**

Gli interessi finanziari delle emittenti televisive a pagamento, che ricavano introiti dagli abbonamenti sottoscritti dai telespettatori, sono infatti diversi da quelli delle emittenti televisive in chiaro, che non beneficiano di una siffatta fonte di finanziamento diretto e devono finanziarsi, tra l'altro, con le entrate della pubblicità. Una simile differenza è, in linea di massima, tale da porre le emittenti televisive a pagamento in una situazione oggettivamente diversa.

Anche la situazione dei telespettatori è diversa a seconda che siano abbonati ad un'emittente televisiva a pagamento (alla quale versano un corrispettivo per la fruizione dei programmi) o usufruiscano dei servizi di un'emittente televisiva in chiaro.

Ne consegue che, nel ricercare una tutela equilibrata degli interessi finanziari delle emittenti televisive e degli interessi dei telespettatori, **il legislatore nazionale può stabilire limiti diversi all'affollamento pubblicitario orario a seconda che si tratti di emittenti televisive a pagamento o in chiaro.**

La Corte segnala infine che la normativa italiana potrebbe costituire una restrizione alla libera prestazione dei servizi.

A tale riguardo, la Corte dichiara che la **tutela dei consumatori contro gli eccessi della pubblicità commerciale costituisce** tuttavia **un motivo imperativo d'interesse generale che può giustificare restrizioni alla libera prestazione dei servizi**, posto che tale restrizione sia **idonea a garantire la realizzazione dell'obiettivo perseguito e non ecceda quanto necessario al suo raggiungimento**. Spetta al giudice del rinvio verificare se tali condizioni siano soddisfatte.

---

**IMPORTANTE:** Il rinvio pregiudiziale consente ai giudici degli Stati membri, nell'ambito di una controversia della quale sono investiti, di interpellare la Corte in merito all'interpretazione del diritto dell'Unione o alla validità di un atto dell'Unione. La Corte non risolve la controversia nazionale. Spetta al giudice nazionale risolvere la causa conformemente alla decisione della Corte. Tale decisione vincola egualmente gli altri giudici nazionali ai quali venga sottoposto un problema simile.

---

*Documento non ufficiale ad uso degli organi d'informazione che non impegna la Corte di giustizia.*

*Il [testo integrale](#) della sentenza è pubblicato sul sito CURIA il giorno della pronuncia*

*Contatto stampa: Estella Cigna ☎ (+352) 4303 2582*

---

<sup>3</sup> Sentenza della Corte del 22 settembre 2011, *Mesopotamia Broadcast e Roj TV* ([C-244/10](#) e [C-245/10](#)); v. altresì [CP 99/11](#), sull'interpretazione della direttiva 89/552/CE, cosiddetta «Televisione senza frontiere», che è stata in seguito modificata e codificata dalla direttiva «sui servizi di media audiovisivi».