Codice di autoregolamentazione in materia di televendite spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, supernalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e giochi similari

I sottoscrittori del presente Codice di autoregolamentazione

Premesso:

- che l'esercizio dell'attività di diffusione di programmi televisivi, realizzata con qualsiasi mezzo, ha carattere di preminente interesse generale;
- che tra le forme di pubblicità previste dalla normativa nazionale e comunitaria è disciplinata la televendita (compresi gli spot di televendita) che consiste, come definita dalla deliberazione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 538/01/CONS del 26 luglio 2001, nell'offerta diretta trasmessa al pubblico attraverso il mezzo televisivo, allo scopo di fornire, dietro pagamento, beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e le obbligazioni;
- che le imprese di radiodiffusione televisiva sono tenute al rispetto di norme nazionali e comunitarie relative all'attività di diffusione delle televendite, con particolare riguardo, per gli aspetti di tutela dell'acquirente, a quelle contenute nei decreti legislativi 15 gennaio 1992, n. 50 e 22 maggio 1999, n. 185;
- che la pubblicità dei servizi audiotex e videotex è disciplinata dal decreto del Presidente della Repubblica 4 settembre 1995, n.420, dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 13 luglio 1995, n. 385, dal decreto-legge 23 ottobre 1996, n. 545, convertito, con modificazioni, dalla legge 23 dicembre 1996, n.650, dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 28 febbraio 1996 e dal decreto del Ministro delle comunicazioni 26 maggio 1998;
- che le televendite e gli spot di televendita relativi ai beni ed ai servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili, ai servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip e lotterie ed altri giochi similari necessitano invece di regole più dettagliate per la tutela degli utenti televisivi/consumatori;
- che, in particolare, essi devono evitare qualsiasi forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura e non devono esortare ad acquistare il servizio sfruttando l'inesperienza, la credulità o la paura;
- che i sottoscrittori oltre ad assicurare il pieno e scrupoloso rispetto della normativa vigente in materia di televendite e in particolare di quella relativa ai servizi sopracitati, intendono sottoscrivere anche il presente codice di autoregolamentazione con l'obiettivo di migliorare il livello di garanzia nei confronti degli utenti televisivi/consumatori;
- che, atteso che anche la carta stampata effettua forme di pubblicizzazione dei predetti servizi secondo le caratteristiche del mezzo di diffusione, si auspica che anche le imprese editrici di quotidiani e periodici provvedano a definire un proprio codice di autoregolamentazione, ed in tal senso i sottoscrittori chiedono al Governo di sollecitare tale definizione;
- tutto ciò premesso, i sottoscrittori

SI IMPEGNANO

- al rispetto delle seguente regole:

Art. 1
(Ambito di applicazione)

Oggetto del presente codice di autoregolamentazione sono le televendite e gli spot di televendita di beni e servizi di astrologia, di cartomanzia ed assimilabili e di servizi relativi ai pronostici concernenti il gioco del lotto, enalotto, superenalotto, totocalcio, totogol, totip, lotterie e altri giochi similari.

Art. 2
(Principi del Codice di autoregolamentazione)

1. Le trasmissioni di cui all'articolo 1 non devono contenere dichiarazioni o rappresentazioni che possono indurre in errore gli utenti televisivi/consumatori, anche per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni, in particolare per ciò che riguarda le caratteristiche e gli effetti del servizio, il prezzo, le condizioni di vendita o di pagamento, le modalità della fornitura, gli eventuali premi, l'identità delle persone rappresentate.

2. Le trasmissioni di cui all'articolo 1 devono evitare ogni forma di sfruttamento della superstizione, della credulità o della paura, non devono contenere scene di violenza fisica o morale o tali da offendere il gusto e la sensibilità dei consumatori per indecenza, volgarità o ripugnanza, non devono offendere o sfruttare le convinzioni morali, religiose e civili dei cittadini, devono rispettare la dignità della persona umana e non devono comportare discriminazioni di razza, religione, sesso o nazionalità.

3. Le trasmissioni di cui all'articolo 1, non devono inoltre:

   a) ingannare il pubblico sul contenuto dei servizi;
   b) creare timori o aspettative palesemente ingiustificate;
   c) effettuare previsioni sul futuro che causino timori o paure all'utente, al fine di soggiogarlo psicologicamente;
   d) pregiudicare la libera autodeterminazione, anche economica, degli utenti, in particolare di quelli psicologicamente vulnerabili;
   e) contenere richieste di denaro o altra prestazione finalizzate a risolvere problemi personali;
   f) trattare argomenti relativi alle malattie fisiche e mentali degli utenti, ovvero descrivere trattamenti preventivi e curativi, anche se del tutto innocui, influenzando il pubblico;
   g) arrecare pregiudizio morale, fisico od economico, anche indirettamente, ai minori, mostrare minorenni in situazioni scabrose,indecenti o pericolose ovvero rappresentare una minaccia, anche indiretta, alla loro salute, sicurezza e crescita.

4. Le trasmissioni di cui all'articolo 1 sono comunque riservate ad un pubblico maggiorenne. Di ciò viene data segnalazione con ogni mezzo acustico o visivo nel corso della trasmissione.

Art. 3
(Comitato di controllo)

1. Il rispetto e l'applicazione del presente Codice di Autoregolamentazione sono affidati ad un Comitato di controllo di dodici membri nominati dal Ministro delle comunicazioni di cui sei membri quali espressione dell'emittenza televisiva, sulla base delle indicazioni formulate dalle associazioni dell'emittenza televisiva privata locale e nazionale presenti nella Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo e che hanno sottoscritto il presente Codice e dalla concessionaria del servizio pubblico, nonché da sei membri, tra cui il Presidente della Commissione per l'assetto del sistema radiotelevisivo, quali espressioni del Ministero delle comunicazioni, dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, del Consiglio nazionale degli utenti e dei Corecom/Corerat, sulla base delle indicazioni dei singoli organismi. Il Presidente del Comitato è nominato tra i rappresentanti del Ministero delle comunicazioni. Il Comitato dura in carica due anni .

2. Il Comitato di controllo ha sede presso il Ministero delle comunicazioni. Il Comitato può operare in sezioni di almeno quattro membri ciascuna scelti in numero paritario tra i rappresentanti dell'emittenza e delle Istituzioni. I membri di ciascuna sezione nominano tra di loro un vicepresidente. Il Comitato si avvale di una segreteria tecnica istituita a cura del Ministero delle comunicazioni. Il Comitato può richiedere al Ministero delle comunicazioni le dotazioni degli strumenti tecnici necessari per il raggiungimento delle finalità del presente codice di autoregolamentazione.

3. Il Comitato di controllo vigila sul corretto rispetto del presente Codice di Autoregolamentazione a seguito di segnalazioni che provengano allo stesso da parte di

cittadini, associazioni od imprese. È consentita la partecipazione al procedimento aperto dal Comitato di controllo dei soggetti che hanno segnalato l'infrazione. In ogni caso, questi saranno informati del suo esito a cura dello stesso Comitato.

4. Ove riscontri una violazione ai principi del Codice di autoregolamentazione, il Comitato di controllo la segnala all'Azienda interessata, invitandola a presentare eventuali controdeduzioni entro quindici giorni. Per la valutazione della documentazione prodotta il Comitato può avvalersi dell'opera di esperti. Nei casi di urgenza ovvero di palese e grave violazione delle regole del codice, il Comitato può adottare provvedimenti d'urgenza provvisori nella forma dell'ammonizione o dell' invito a sospendere le trasmissioni fino all'esito del procedimento.

5. Il Comitato valuta la questione nella sua interezza (responsabilità, gravità del danno, modalità della violazione) ed emette una motivata e pubblica decisione. Nelle sezioni del Comitato le decisioni devono essere prese all'unanimità; in caso contrario la decisione viene demandata al Comitato in seduta plenaria, che delibera con il voto della maggioranza dei membri presenti.

6. Quando la decisione stabilisce che la pubblicità o la televendita esaminata non è conforme alle norme del presente Codice di autoregolamentazione, il Comitato di controllo dispone che la parte o le parti interessate desistano dalla trasmissione della stessa, nei termini indicati dalla medesima decisione. Il Comitato di controllo deposita la decisione presso la Segreteria che ne trasmette copia alle parti interessate, entro dieci giorni dall'adozione della decisione stessa.

7. Nei casi più gravi ovvero di ripetute violazioni il Comitato può imporre all'Azienda inadempiente di comunicare le decisioni ai propri utenti.

8. Il Comitato redige un rapporto annuale, destinato al Ministro delle comunicazioni, sulla attività di vigilanza svolta, sull'applicazione del codice di autoregolamentazione, sui risultati conseguiti e sul suo impatto sulle pubbliche amministrazioni, sui cittadini e sulle imprese.

Art. 4
(Diffusione del codice di autoregolamentazione)

I soggetti firmatari del presente Codice di autoregolamentazione si impegnano a dare la più ampia diffusione multimediale del Codice stesso anche nel corso dei propri programmi.