

ACCORDO QUADRO

tra

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

e

L'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (di seguito AGCOM) e l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (di seguito IAP),

Premesso che

- la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”*, ed in particolare, l'art. 1, comma 6, lett. b), nn. 3, 5, 13 e 14 attribuisce all'AGCOM competenze di regolamentazione, vigilanza e sanzione in materia di pubblicità;
- il d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, recante *“Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici”* e, in particolare, l'art. 10, assegna all'AGCOM il compito di assicurare il rispetto dei diritti fondamentali della persona nel settore dei servizi di media audiovisivi o radiofonici e di esercitare in tale settore le competenze richiamate dalle norme del testo unico, nonché quelle rientranti nelle funzioni e nei compiti attribuiti dalle norme vigenti, anche se non trasposte nel testo unico;
- il Capo IV del d.lgs n. 177/2005 (*Testo unico*) reca le *“Disposizioni sulla pubblicità, le sponsorizzazioni e l'inserimento di prodotti”*;
- ai sensi della Direttiva 2010/13/UE del 10 marzo 2010, del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (Direttiva sui servizi di media audiovisivi e di seguito così denominata), ed in particolare, del considerando 44 *“Gli strumenti di co-regolamentazione e di autoregolamentazione, attuati nel rispetto delle diverse tradizioni giuridiche degli Stati membri, possono svolgere un ruolo importante nel garantire un elevato livello di tutela dei consumatori. Le misure dirette a conseguire gli obiettivi di interesse pubblico nel settore dei servizi di media audiovisivi*

emergenti sono più efficaci se adottate con il sostegno attivo dei fornitori dei servizi stessi. In tal modo, l'autoregolamentazione costituisce un'iniziativa volontaria che permette agli operatori economici, alle parti sociali, alle organizzazioni non governative o alle associazioni di adottare fra di loro e per se stessi orientamenti comuni.

Gli Stati membri, nel rispetto delle loro diverse tradizioni giuridiche, dovrebbero riconoscere il ruolo che può svolgere un'efficace autoregolamentazione a complemento dei meccanismi legislativi e giudiziari e/o amministrativi in vigore, come pure il suo utile contributo al conseguimento degli obiettivi della presente direttiva". Tuttavia, se l'autoregolamentazione può essere uno strumento complementare per attuare determinate disposizioni della presente direttiva, non dovrebbe sostituirsi ai compiti del legislatore nazionale. La co-regolamentazione, nella sua forma minima, fornisce un collegamento giuridico tra l'autoregolamentazione e il legislatore nazionale, in conformità delle tradizioni giuridiche degli Stati membri. La co-regolamentazione dovrebbe consentire l'intervento statale qualora i suoi obiettivi non siano conseguiti. Fatti salvi gli obblighi formali degli Stati membri in materia di recepimento, la presente direttiva incoraggia il ricorso alla co-regolamentazione e all'autoregolamentazione. Ciò non dovrebbe né obbligare gli Stati membri ad istituire regimi di co-regolamentazione e/o autoregolamentazione, né ostacolare o mettere a repentaglio le iniziative di co-regolamentazione o autoregolamentazione che siano già in corso negli Stati membri e si stiano dimostrando efficaci;

- ai sensi dell'art. 4, paragrafo 7, della Direttiva sui servizi media audiovisivi "Gli Stati membri promuovono i regimi di co-regolamentazione e/o autoregolamentazione a livello nazionale nei settori coordinati dalla presente direttiva nella misura consentita dai loro ordinamenti giuridici. Tali regimi sono concepiti in modo da poter essere largamente accettati dai principali soggetti interessati negli Stati membri e da assicurare un'applicazione efficace delle norme";
- dal 1966 lo IAP opera in Italia con lo scopo di promuovere una comunicazione commerciale "onesta, veritiera e corretta" attraverso l'applicazione del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (di seguito Codice), periodicamente aggiornato;
- il Codice detta una serie di norme, sia procedurali che sostanziali, volte ad imporre nella comunicazione commerciale l'osservanza di fondamentali principi, tra cui il rispetto della dignità umana e la tutela dei minori;
- lo IAP ha più di recente adottato la Digital Chart che fornisce un quadro delle più diffuse forme di comunicazione commerciale nella Rete, e nel mondo digitale

in genere, e analizza il tema della riconoscibilità della comunicazione commerciale digitale;

- a fronte dell'evoluzione delle tecnologie e del crescente consumo di servizi e applicazioni digitali, lo IAP ha sviluppato esperienza anche in materia di gestione dei reclami sulle attività di pubblicità comportamentale online (*online behavioural advertising*, OBA) secondo le disposizioni dell'European Advertising Standards Alliance "Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising" e del "Framework Interactive Advertising Bureau Europe". Le iniziative autoregolamentari europee, fatti salvi gli obblighi di legge, hanno l'obiettivo di migliorare la trasparenza e la consapevolezza del consumatore, nonché la possibilità di scelta di meccanismi di tutela facili e accessibili per la risoluzione di problemi o contestazioni.

Considerato che

- è importante per AGCOM vigilare sul rispetto delle regole in materia di comunicazioni commerciali tenendo conto dell'evoluzione tecnologica e del mercato e delle tendenze generali caratterizzanti il settore della pubblicità nel suo complesso;

- le nuove forme di pubblicità realizzate grazie alla tecnologia digitale giustificano un approfondimento dei meccanismi e degli strumenti orientati ad una comunicazione commerciale "onesta, veritiera e corretta" a tutela dei consumatori e delle imprese, anche attraverso le sinergie tra Autorità di regolazione e controllo e Organismi di autoregolamentazione e coregolamentazione;

- un raccordo tra le competenze dell'AGCOM e l'esperienza autodisciplinare maturata dallo IAP nel settore delle comunicazioni commerciali anche *on line* potrà contribuire a garantire maggiormente il consumatore attraverso un controllo della comunicazione commerciale più efficace, sulla base di criteri condivisi;

Tutto ciò premesso e considerato, l'AGCOM e lo IAP convengono quanto segue:

Art. 1

Oggetto

1. Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale del presente accordo quadro.
2. L'AGCOM e lo IAP, nell'ambito delle rispettive competenze, cooperano per lo svolgimento delle seguenti attività:
 - approfondimento di tematiche di carattere tecnico, economico e regolamentare attinenti alla materia della comunicazione commerciale, anche attraverso lo scambio di dati e informazioni;
 - collaborazione in attività di indirizzo e prevenzione rivolta a consumatori e imprese e finalizzate a promuovere una corretta comunicazione commerciale;
 - collaborazione nell'analisi di strumenti idonei all'identificazione della comunicazione commerciale e dei criteri di verifica delle condizioni regolamentari (obblighi, divieti) in materia di pubblicità e tutela di consumatori e utenti;
 - organizzazione di seminari, gruppi di studio e attività formativa nelle materie di interesse comune.

Art. 2

Attuazione dell'accordo

1. L'AGCOM e lo IAP, con successivi accordi o protocolli aggiuntivi, possono definire ulteriori modalità per la reciproca collaborazione nello svolgimento di specifiche funzioni e attività, eventualmente anche con riferimento a singole tipologie procedimentali.
2. Gli accordi esecutivi su singole materie possono regolare specifiche attività e sono sottoscritti dal Segretario generale dell'Autorità e dall'equivalente posizione dello IAP, previa informativa ai rispettivi organi collegiali competenti.
3. Nell'ambito degli eventuali singoli progetti si disciplineranno, di volta in volta, gli aspetti di natura amministrativa e organizzativa della collaborazione.
4. In occasione della definizione dei singoli progetti verranno individuati per l'AGCOM e per lo IAP uno o più responsabili di progetto.

Art. 3

Oneri finanziari

1. Il presente accordo quadro non comporta oneri finanziari a carico delle parti.

Art. 4

Trattamento dei dati personali

1. Le attività previste nei progetti che richiedono il trattamento di dati personali sono svolte nel rispetto delle disposizioni dettate dal Regolamento europeo 2016/679/UE, entrato in vigore e direttamente applicabile negli Stati membri dal 25 maggio 2018.

Art. 5

Durata dell'accordo quadro

Il presente accordo quadro ha una durata triennale a partire dalla data della sua sottoscrizione e può essere, su comune volontà delle parti, modificato in ogni momento e periodicamente rinnovato.

Roma, 18 giugno 2018

f.to Il Presidente dell'Autorità per
le garanzie nelle comunicazioni
Angelo Marcello Cardani

f.to Il Presidente dell'Istituto
dell'Autodisciplina Pubblicitaria
Mario Barbuto