



Monitoraggio emittenti locali della regione Trentino Alto Adige

2015

Esiti del monitoraggio condotto da GECA Italia sulla programmazione delle emittenti locali del Trentino Alto Adige. Valutazione del rispetto delle norme in materia di: Obblighi di programmazione, Garanzia dell'Utenza e Tutela dei Minori, Pubblicità, Pluralismo socio-politico

Settimane campione:

15-21 giugno

10-16 marzo

INDICE	Pag.
Premessa	3
Riepilogo violazioni	7
Trentino Tv	7
RTTR	15

Premessa

Nell'ambito delle attività connesse al servizio di monitoraggio sulle trasmissioni televisive delle emittenti locali delle Marche fornito da GECA Italia al Co.re.com Trentino Alto Adige, la società aggiudicataria ha monitorato le trasmissioni audiovisive di n.2 emittenti nei periodi compresi tra il 15 giugno e il 21 giugno 2015 (Tentino Tv) e tra il 10 marzo e il 16 marzo (RTTR).

Di seguito si riporta l'elenco delle emittenti monitorate:

- Trentino Tv
- RTTR

Il monitoraggio è stato condotto sul trasmesso Tv dell'intera giornata (00:00-24:00), al fine di verificarne il contenuto nel rispetto della normativa vigente in materia di programmazione audiovisiva da parte delle emittenti locali.

Nello specifico l'attività di analisi svolta da GECA Italia si è concentrata sulle quattro aree di monitoraggio previste dalle linee guida fornite da Agcom, di cui di seguito viene proposta una mappa riepilogativa:

1. **Obblighi di programmazione:** area relativa al controllo del rispetto degli obblighi in materia di programmazione cui le emittenti televisive locali sono soggette in base alla normativa vigente. In tale ambito l'Aggiudicatario ha proceduto all'analisi del trasmesso, al fine di verificare il rispetto delle seguenti disposizioni:
 - a. trasmissione di programmi per non meno di 12 ore giornaliere e non meno di 90 ore settimanali, indipendentemente dalla tipologia di concessione per la radiodiffusione rilasciata all'emittente oggetto di monitoraggio;
 - b. trasmissione di programmi, valutati in base a tipologia e contenuto, conformi agli obblighi derivanti dalla concessione rilasciata, secondo quanto previsto dal Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici. Per tutte le emittenti analizzate, la cui concessione a trasmettere è da inquadrare nella tipologia di "emittente commerciale", è stato preso in considerazione il disposto dell'art. 2 comma 1 lettera aa.2 del D.lgs 177/2005 e successive modifiche;
 - c. diffusione di programmi che promuovano adeguatamente le culture regionali e/o locali;
 - d. divieto di trasmissione, nelle ore comprese tra le 7:00 e le 24:00, di servizi e programmi di tipo interattivo (linea diretta, conversazione, messengerie vocali, chat line, hot line, one to one) con numerazione telefonica a sovrapprezzo, riconducibile a quella prevista dall'allegato A della delibera AGCOM n. 26/08/CIR;
 - e. trasmissione di programmi in interconnessione per un massimo di 12 ore al giorno, limite ridotto del 50% nel caso di interconnessione con emittenti satellitari o estere.
2. **Garanzie dell'utenza e tutela dei minori:** area relativa al rispetto da parte delle emittenti locali della normativa vigente in materia, con particolare riferimento all'analisi dei programmi eventualmente lesivi dei diritti fondamentali della persona o che contengano messaggi cifrati o di carattere subliminale, incitamento all'odio comunque motivato o che inducano ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza, sesso, religione e nazionalità o che, anche in relazione all'orario di trasmissione, possano nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori o che presentino scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche, secondo quanto previsto nello specifico dal Codice di autoregolamentazione Tv e Minori e dal Codice di autoregolamentazione media e sport.
3. **Pubblicità:** area relativa al controllo del rispetto da parte delle emittenti delle disposizioni che normano la trasmissione di eventi pubblicitari nel palinsesto quotidiano. In particolare il monitoraggio è teso a verificare il rispetto dei limiti di affollamento, così come definiti dall'art. 38 del Dlgs. 177/05, delle norme che sovrintendono alle modalità di posizionamento degli eventi

pubblicitari nel trasmesso tv e i divieti di trasmissione di alcune tipologie e contenuti dei messaggi pubblicitari;

4. **Pluralismo Socio-politico:** il monitoraggio è teso a verificare il rispetto del pluralismo sociale e politico nei Tg e nelle trasmissioni di approfondimento, attraverso la rilevazione della presenza e dei tempi fruiti direttamente e indirettamente dai soggetti politico-istituzionali e dai soggetti che assumono rilievo sociale.

Note su classificazione delle Tipologie dei programmi

Nell'ambito dei controlli effettuati sull'area relativa agli Obblighi di programmazione e alla Pubblicità, il monitoraggio effettuato da GECA Italia sulle emittenti locali ha dato evidenza di eventi editoriali, la cui natura non si allinea completamente alle Tipologie programmi fornite da AGCOM, di cui all'Allegato C della delibera 54/03/CONS.

In particolare si fa riferimento alla Tipologia programmi Pubblicità (n.5) che risulta scarsamente dettagliata (l'allegato A della delibera 54/03/CONS fornisce 3 sottolivelli-dettagli programma: Pubblicità, Telepromozioni, Sponsorizzazioni) rispetto alla effettiva natura e varietà delle comunicazioni commerciali in onda sulle emittenti locali e nazionali, nonché poco funzionale ai fini dei controlli da effettuare sul rispetto degli affollamenti pubblicitari previsti dal Testo Unico dei servizi audiovisivi e radiofonici (Dlgs. 177/05).

Si fa riferimento ad esempio al "Dettaglio programmi" 5c) Sponsorizzazione che nell'elenco fornito da AGCOM non prevede distinzioni tra tipologie di sponsorizzazione soggette ai limiti di affollamento pubblicitario quali ad esempio i "Billboards" e le forme di sponsorizzazione esenti dagli affollamenti pubblicitari, quali ad esempio le "Citazioni di inizio/fine programma". Lo stesso dicasi per le forme pubblicitarie di Autopromozione e gli Annunci di servizio pubblico, che di fatto vengono accomunate dalla classificazione in un'unica Tipologia ("Promo", presente nella Tipologia 14) Attualità), pur rappresentando eventi editoriali distinti.

A fronte di tali limiti GECA Italia ha proceduto a integrare i "Dettagli sul programma" della Tipologia Pubblicità, estendendone le sotto-categorie in modo da rendere maggiormente dettagliati e circostanziati i monitoraggi delle emittenti locali, nonché i conseguenti controlli sulla messa in onda.

Lo stesso dicasi per la Tipologia programmi "Interruzione", assente nei registri di classificazione forniti da AGCOM, che è stata integrata da GECA Italia in quanto necessaria a rilevare i "Neri" di interposizione tra spot e gli eventi "imprevisti" nella messa in onda delle emittenti (quali ad esempio periodi di "Assenza segnale" o le porzioni di "Filmato mancante" nelle registrazioni dalle emittenti oggetto di monitoraggio).

Si sottolinea, tuttavia, che le proposte di classificazione avanzate da GECA Italia (e riportate nella tabella seguente) rappresentano modifiche formali e non sostanziali al Registro AGCOM, che integrano senza alterare la ratio della metodologia classificatoria adottata dall'Autorità.

N.	Tipologia dei programmi	Dettagli sul programma	Note
1	Notiziari	Telegiornale	
		Telegiornale sportivo	
		Servizi teletext	
2	Giochi	Telequiz	
		Giochi televisivi	
3	Talk Show	Talk Show	
4	Manifestazioni sportive	Manifestazioni sportive	
5	Pubblicità	Pubblicità	
		Telepromozioni	
		Spot isolati	Integrato da Geca Italia
		Sovraimpressioni/Esposizioni	Integrato da Geca Italia
		Sovraimpressione animata/Inlogo	Integrato da Geca Italia
		Billboard di inizio programma	Integrato da Geca Italia
		Billboard di fine programma	Integrato da Geca Italia
		Invito all'ascolto promo	Integrato da Geca Italia
		Invito all'ascolto jingle	Integrato da Geca Italia
		Citazione di inizio programma	Integrato da Geca Italia
		Citazione di fine programma	Integrato da Geca Italia
Promo			

		Autopubblicità	Integrato da Geca Italia
		Inpromo	Integrato da Geca Italia
		Annuncio di servizio pubblico o campagne sociali	Integrato da Geca Italia
6	Televendite	Televendite	
7	Film	Film cinematografici	
		Film tv	
		Film ciclo	Integrato da Geca Italia
8	Fiction	Miniserie-sceneggiato	
		Telefilm	
		Situation comedies	
		Soap opera-telenovela	
		Comiche d'epoca	
9	Documentari	Storia-geografia	
		Scienza	
10	Programmi informativi/approfondimento	Informazione parlamentare	
		Dichiarazioni parlamentari	
		Inchieste	
		Rubriche di approfondimento delle testate giornalistiche	
		Costume e società	
		Rubriche religiose	
		Dibattiti	
		Rubriche di approfondimento sportivo	
		Teledidattica	
		Approfondimento culturale	
11	Programmi culturali con parti autonome	Concerti	
		Balletti	
		Lirica	
		Prosa	
12	Cartoni animati per bambini	Cartoni animati per bambini	
13	Intrattenimento	Programmi musicali	
		Reality show	
		Programmi di montaggio	
		Varietà	
		Astrologia-cartomanzia	
		Programma contenitore radiofonico	
		Cartoni animati per adulti	
		Trasmissioni per bambini	
14	Attualità	Anteprime	
		Rotocalchi	
		Meteo	
		Lotterie	
		Rubriche di servizio	
		Trasmissioni di servizio	
		Inaugurazioni	
		Premiazioni	

		Manifestazioni di piazza	
15	Eventi religiosi	Santa messa	
		Eventi religiosi	
16	Programmi accessori	Annunci	
		Jingle	
		Intervalli	
		Segnale orario	
17	Messaggi politici autogestiti gratuiti	Messaggi politici autogestiti gratuiti	
18	Messaggi politici autogestiti a pagamento	Messaggi politici autogestiti a pagamento	
19	Comunicazione politica	Comunicazione politica	
20	Immagini fisse o ripetitive	Immagini fisse o ripetitive	
21	Interruzioni	Nero	Integrato da Geca Italia
		Assenza di segnale	Integrato da Geca Italia
		Errore tecnico di trasmissione	Integrato da Geca Italia

TRENTINO TV

Tabella riepilogativa controlli e violazioni

AMBITO	Tipologia Controllo	Violazione
Pubblicità - Affollamento	Affollamento pubblicitario (Spot + I.A. + Sovrimpressioni) orario e giornaliero	NO
	Sforamento pubblicitario (Spot + I.A. + Sovrimpressioni) orario e giornaliero. Tabella riassuntiva sforamenti	NO
	Affollamento pubblicitario (Solo spot) N-1	NO
	Sforamento pubblicitario (Solo spot) N-3	NO
	Affollamento LN-2 Spot + I.A. + Sovrimpressioni + Televendite + Telepromozioni	NO
	Sforamento LN-4 Spot + I.A. + Sovrimpressioni + Televendite + Telepromozioni	NO
Pubblicità - Posizionamento	Interruzioni manifestazioni sportive	NO
	Interruzione opere teatrali, cinematografiche, musicali, lirica	NO
	Interruzioni programmi religiosi	NO
	Interruzione di notiziari televisivi, film prodotti per la televisione	NO
	Interruzione cartoni animati	NO
	Interruzione programmi per bambini	NO
Pubblicità - Divieto	Programmi promozionali servizi interattivi con numerazione telefonica a sovrapprezzo	NO
	Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi	NO
	Presentazione televendite stesso conduttore del programma	NO
	Pubblicità che fa richiamo a presentatori di Tg	NO
	Pubblicità contenente parodie o imitazioni di programmi, divieto di sponsorizzazione	NO
	Divieto di sponsorizzazione di Tg e notiziari	NO
	Sponsorizzazione di programmi contenitore	NO
	Divieto di pubblicità di bevande alcoliche	NO
	Divieto di pubblicità di sigarette e tabacco	NO
	Divieto di pubblicità di prodotti medicinali	NO
	Divieto di trasmissione di spot reclamizzanti servizi di astrologia, cartomanzia	NO
	Divieto di trasmissione di televendite di servizi di astrologia, cartomanzia	NO
	Divieto di mostrare il logo di una sponsorizzazione	NO
Pubblicità occulta, product placement, sponsorizzazioni	SI	
Garanzia dell'Utenza e Tutela dei minori	Tutela dei minori	NO
	Trasmissione programmi/scene di pornografia	NO
Obblighi di programmazione	Registro programmi	NO
	Modalità di trasmissione	NO
Pluralismo Socio-politico	Tempi rilevati	NO

Area 1. Obblighi di programmazione

L'emittente Trentino Tv, autorizzata a trasmettere su frequenze terrestri in ambito locale in base a concessione di natura commerciale, non è soggetta, secondo quanto previsto dall'art. 2 comma 1, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, al rispetto di specifici obblighi di informazione:

L'emittente è tenuta, tuttavia, al rispetto degli altri obblighi di programmazione riguardanti:

- trasmissione di programmi per non meno di 12 ore giornaliere e non meno di 90 ore settimanali;
- trasmissione di programmi in interconnessione per un massimo di 12 ore al giorno, limite ridotto del 50% nel caso di interconnessione con emittenti satellitari o estere.
- esporre in sovrapposizione, in maniera sempre chiaramente verificabile, il logo o marchio dell'emittente durante tutte le trasmissioni;
- tenere il registro dei programmi, che deve essere conforme al modello approvato dall'AGCOM;
- divieto di trasmissione, nelle ore comprese tra le 7:00 e le 24:00, di servizi e programmi di tipo interattivo (linea diretta, conversazione, messaggerie vocali, chat line, hot line, one to one) con numerazione telefonica a sovrapprezzo, riconducibile a quella prevista dall'allegato A della delibera AGCOM n. 26/08/CIR;

Nella settimana oggetto di monitoraggio, compresa tra il 15 e il 21 giugno 2015, l'analisi condotta sul palinsesto delle 24 ore di Trentino Tv **non ha evidenziato violazioni** rispetto agli obblighi di programmazione cui l'emittente è soggetta.

L'emittente, infatti, trasmette regolarmente per tutta la giornata (24 ore) programmi ed eventi editoriali, secondo un palinsesto articolato su vari generi di programmazione (Notiziari, Programmi di informazione e approfondimento, rubriche di Attualità, ecc) senza che si ravvisi la presenza di Immagini fisse o ripetitive.

A tale proposito si rimarca che l'emittente offre una programmazione denotata da una linea editoriale nettamente orientata verso una "mission" territoriale e di servizio.

Nel palinsesto di Trentino Tv si registrano diversi appuntamenti (in prima visione e in replica) con Notiziari e Rassegne stampa, ma anche con Trasmissioni di servizio quali ad esempio "La Provincia informa" (fornita anche in versione L.I.S), breve approfondimento su notizie di attualità riguardanti la Provincia di Trento, e "Cinform", una rubrica interamente dedicata ai temi dell'immigrazione, trattati in un'ottica di integrazione, che si configura come una sorta di sportello informativo per gli immigrati residenti nel nostro Paese, cui vengono fornite informazioni su come svolgere le pratiche per il permesso di soggiorno, come iscriversi ai centri dell'impiego e altre utili informazioni.

Trentino Tv mostra di essere attenta al rispetto della rappresentazione in Tv delle minoranze linguistiche presenti nel territorio, dedicando Telegiornali ad hoc in lingua Cimbra, Ladina e Mochena.

A ciò si aggiunge una lodevole propensione per la promozione culturale di eventi e tradizioni tipicamente territoriali, attraverso programmi di approfondimento culturale quali "I castelli del Trentino", interamente dedicato alla promozione turistica dei castelli situati nel territorio della Regione, ma anche "Aspettando le Vigiliane", ovvero un rotocalco in studio che offre informazioni sugli eventi turistici connessi agli eventi organizzati per la festa di San Vigilio, patrono di Trento.

Non si riscontrano, infine, violazioni inerenti la riconoscibilità del logo dell'emittente, che compare chiaramente in sovrapposizione nel corso delle 24 ore di programmazione (Allegato Registro Programmi e Report Tipologia di programmazione).

Area 2. Garanzie dell'utenza e tutela dei minori

Il monitoraggio condotto sulle trasmissioni di Trentino Tv, in onda nella settimana campione, **non ha evidenziato violazioni** riguardo alla normativa prevista a garanzia dell'utenza e a tutela dei minori. Nello specifico non sono stati rilevati contenuti lesivi della dignità personale, dell'immagine o dell'integrità psico-

fisica dei minori, né l'utilizzo di un linguaggio e un comportamento connotato da volgarità e/o contenuti che potessero incitare all'odio o al razzismo, sia nelle finestre informative dedicate alle realtà nazionali e locali, sia nei programmi di approfondimento.

Nel palinsesto di Trentino Tv, inoltre, si ravvisa l'assenza di film vietati ai minori di anni diciotto o film vietati ai minori di anni quattordici trasmessi in fasce orarie non consentite, così come l'assoluta assenza di trasmissioni che presentino forme o contenuti di carattere erotico, pornografico e/o osceno.

Area 3. Pubblicità

Il palinsesto di Trentino Tv si caratterizza per un'impaginazione pubblicitaria lineare, con blocchi di programmazione scanditi dalla pubblicità tabellare e da finestre di televendita. Nella settimana oggetto di monitoraggio **non si ravvisano violazioni** in materia di affollamenti pubblicitari e posizionamento dei break in Notiziari, Film Tv, Programmi culturali con parti autonome e Opere cinematografiche.

Le violazioni a carico di Trentino Tv riguardano le seguenti materie:

- **Sponsorizzazioni:** nella settimana oggetto di monitoraggio è stata rilevata una violazione alle normative in materia di sponsorizzazione. Di seguito si riporta la segnalazione operata sul programma "Creo e Lavoro".

Segnalazione trasmissione: Creo e Lavoro

PUNTATE SEGNALATE	MESSA IN ONDA
16/06/2015	20:36:25
17/06/2015 (replica del 16 giugno)	12:14:59
18/06/2015 (replica del 16 giugno)	21:43:42
19/06/2015 (replica del 16 giugno)	21:16:19
20/06/2015 (replica del 16 giugno)	23:01:54

AMBITO VIOLAZIONE	NORMA VIOLATA
SPONSORIZZAZIONE	art. 39 comma 1, lettera c) del D.Lgs. 177/2005

"Creo e lavoro – il mondo virtuoso delle imprese trentine" è una trasmissione di approfondimento culturale, sponsorizzata dall'istituto finanziario Mediocredito Investitionsbank, dedicata al mondo del lavoro ed in particolare alla conoscenza mirata del tessuto imprenditoriale regionale del Trentino Alto Adige.

Nella puntata oggetto di indagine, il focus è rappresentato dall'azienda "TAMA Air Filtration", nata nel 1985 in Val di Non e diventata nel corso degli anni leader a livello nazionale ed internazionale nel settore della depurazione dei filtri d'aria.

Collegato direttamente dallo stabilimento centrale di Mollaro, il conduttore Gabriele Buselli, con l'ausilio del docente di Economia aziendale, Michele Andreas, interagisce per tutto il corso del programma con i protagonisti della puntata, Giovanni Coletti (direttore di TAMA) e i suoi dipendenti, spiegando come è nata la start up di TAMA, come si è sviluppata nel corso degli anni e quali sono i settori d'intervento e i processi di funzionamento degli impianti.

A conclusione della puntata, il programma è costituito da una rubrica intitolata "L'approfondimento", della durata di circa tre minuti.

In questa parte della trasmissione, il conduttore Gabriele Buselli assume lo stesso tono avuto nel corso della puntata, proponendosi di far conoscere più da vicino un'altra realtà imprenditoriale e finanziaria, il suo know how e i suoi settori d'intervento.

L'aspetto contraddittorio del contenuto di questa rubrica è però rappresentato dal fatto che il focus è incentrato sull'attività del gruppo finanziario Mediocredito Investitionsbank, già sponsor del programma "Creo e lavoro" e della puntata in esame.

Nel corso della rubrica, Gabriele Buselli rivolge un'intervista a Matteo Bezzi, gestore di finanza d'impresa in Mediocredito, chiedendo in generale quale sia il tipo di clientela con cui si confronta ogni giorno l'istituto e nello specifico anche come intervenga finanziariamente a supporto delle aziende locali.

L'intervista assume un tono argomentativo proponendosi di far conoscere meglio al telespettatore la realtà finanziaria rappresentata da Mediocredito e citando strumenti ad hoc utilizzati dall'istituto per sostenere piccole e medie imprese del territorio (Matteo Bezzi: *"...Mediocredito si pone con un approccio consulenziale. A me personalmente piace definire Mediocredito come un partner finanziario..."*). Matteo Bezzi: *"...interventiamo anche con fonti agevolative come i fondi messi a disposizione dalla Provincia autonoma di Trento, i fondi Bei o i fondi della Cassa Depositi e Prestiti per la nuova legge Sabatini, che garantiscono delle condizioni economiche vantaggiose"*).

Contravvenendo però a quanto disposto dai regolamenti audiovisivi di settore, la rubrica sembra corrispondere ad una sponsorizzazione dei servizi offerti da Mediocredito all'interno del programma (quando Mediocredito è già stato annunciato come sponsor prima dell'inizio della puntata) e sembra costruita come una telepromozione, senza però riportare alcuna dicitura in sovrimpressione che ne specifichi l'effettiva natura come ad esempio "Messaggio promozionale" o "Questo programma può contenere messaggi promozionali".

Si configura, dunque, la violazione in materia di sponsorizzazione secondo quanto previsto dall' art. 39 comma 1 lettera c) del D.lgs 177/2005, che vieta alle trasmissioni sponsorizzate di stimolare all'acquisto o al noleggio di prodotti o servizi dello sponsor, facendo riferimenti specifici di carattere promozionale a detti prodotti o servizi.

Area 4. Pluralismo Socio-politico

Nella settimana oggetto di monitoraggio non si ravvisano squilibri o violazioni alle norme vigenti in materia di Pluralismo socio-politico.

Di seguito si riportano le tabelle relative ai tempi fruiti nei Tg e nei programmi Extra-Tg

Tempo di notizia, parola, antenna dei soggetti politici ed istituzionali nei Telegiornali di Trentino Tv - tutte le edizioni									
SOGGETTI POLITICI	Tempo di notizia			Tempo di parola			Tempo di antenna		
	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Partito Democratico	0.10.44	16,99	5,74				0.10.44	6,17	2,63
Lega Nord	0.17.29	27,67	9,36	0.26.23	23,84	11,89	0.43.52	25,23	10,73
Movimento Beppegrillo.it/5stelle	0.02.56	4,64	1,57				0.02.56	1,69	0,72
Altro	0.01.29	2,35	0,79				0.01.29	0,85	0,36
Civica Trentina	0.03.41	5,83	1,97	0.15.37	14,11	7,04	0.19.18	11,10	4,72
Cooperazione Trentina	0.00.44	1,16	0,39				0.00.44	0,42	0,18
Gruppo Misto	0.05.50	9,23	3,12	0.22.48	20,60	10,27	0.28.38	16,47	7,00
Partito Autonomista Trentino Tirolese - PATT	0.02.14	3,53	1,20	0.06.38	5,99	2,99	0.08.52	5,10	2,17
SVP-Frauenbewegung	0.00.48	1,27	0,43				0.00.48	0,46	0,20
Unione per il Trentino (UPT)	0.17.16	27,33	9,24	0.39.14	35,45	17,67	0.56.30	32,50	13,82
Totale	1.03.11	100,00	33,81	1.50.40	100,00	49,85	2.53.51	100,00	42,52
SOGGETTI ISTITUZIONALI	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Presidente della Repubblica									
Presidente del Senato									
Presidente della Camera									
Presidente del Consiglio	0.05.25		2,90				0.05.25		1,32
Governo/ Ministri/ Sottosegretari	0.08.00		4,28				0.08.00		1,96
Unione Europea									
Totale	0.13.25		7,18				0.13.25		3,28
SOGGETTI ISTITUZIONALI LOCALI	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Presidente della giunta regionale	0.19.07		10,23				0.19.07		4,68
Presidente del Consiglio regionale									
Assessori regionali	0.05.59		3,20				0.05.59		1,46
Presidenti delle giunte provinciali	0.17.01		9,11	0.10.30		4,73	0.27.31		6,73
Presidenti dei Consigli provinciali									
Assessori provinciali	1.00.56		32,61	1.34.54		42,75	2.35.50		38,12
Sindaci	0.07.13		3,86	0.03.03		1,37	0.10.16		2,51
Presidenti dei Consigli comunali									
Assessori comunali				0.02.52		1,29	0.02.52		0,70
Totale	1.50.16		59,01	1.51.19		50,15	3.41.35		54,20
Totale	3.06.52		100,00	3.41.59		100,00	6.48.51		100,00

Tempo di parola dei soggetti politici ed istituzionali nei programmi extra-tg di Trentino TV			
	Tempo di parola		
SOGGETTI POLITICI	V.A.	%	%
Civica Trentina	0.09.52	15,69	5,78
Gruppo Misto	0.19.36	31,18	11,48
Partito Autonomista Trentino Tirolese – PATT	0.15.45	25,05	9,23
Unione per il Trentino (UPT)	0.17.39	28,08	10,34
Totale	1.02.52	100,00	36,83
SOGGETTI ISTITUZIONALI	V.A.	%	%
Presidente della Repubblica			
Presidente del Senato			
Presidente della Camera			
Presidente del Consiglio			
Governo/ Ministri/ Sottosegretari			
Unione Europea			
Totale			
SOGGETTI ISTITUZIONALI LOCALI	V.A.	%	%
Presidente della giunta regionale			
Presidente del Consiglio regionale			
Assessori regionali			
Presidenti delle giunte provinciali	0.26.29		15,51
Presidenti dei Consigli provinciali			
Assessori provinciali	1.16.57		45,08
Sindaci			
Presidenti dei Consigli comunali			
Assessori comunali	0.04.24		2,58
Totale	1.47.50		63,17
Totale	2.50.42	100,00	100,00

Tempo di notizia, parola, antenna dei soggetti sociali nei Telegiornali di Trentino Tv						
Categorie di Soggetti	Tempo di notizia		Tempo di parola		Tempo di antenna	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Soggetti sovranazionali						
Unione Europea						
Soggetti e organi Costituzionali	0.15.55	5,43			0.15.55	2,05
Istituzioni pubbliche e organismi nazionali			0.28.22	5,89	0.28.22	3,66
Soggetti politico-istituzionali non italiani						
Partiti, movimenti politici, esponenti di partito italiani	1.03.23	21,64	1.50.40	22,98	2.54.03	22,47
Amministratori locali	1.56.10	39,65	1.51.19	23,11	3.47.29	29,37
Giustizia						
Forze armate e Sicurezza pubblica			0.01.28	0,30	0.01.28	0,19
Vaticano e altri soggetti confessionali	0.20.32	7,01	0.13.48	2,87	0.34.20	4,43
Associazioni di rilievo per il pluralismo sociale	0.02.00	0,68	0.57.45	11,99	0.59.45	7,71
Protagonisti sociali						
Mondo economico/finanziario	0.07.16	2,48			0.07.16	0,94
Sindacati e associazioni di categoria	0.51.18	17,51	1.00.09	12,49	1.51.27	14,39
Mondo dell'informazione						
Mondo delle professioni	0.00.56	0,32	0.17.15	3,58	0.18.11	2,35
Esperti e mondo della Scienza	0.07.14	2,47	0.11.36	2,41	0.18.50	2,43
Mondo della cultura	0.08.13	2,80	1.09.15	14,38	1.17.28	10,00
Mondo dello spettacolo						
Mondo dello sport						
Soggetti della cronaca						
Gente comune						
Totale	4.52.57	100,00	8.01.37	100,00	12.54.34	100,00

Tempo di parola dei soggetti sociali nei programmi Extra-TG di Trentino Tv		
Categorie di Soggetti	Tempo di parola	
	V.A.	%
Soggetti sovranazionali		
Unione Europea		
Soggetti e organi Costituzionali		
Istituzioni pubbliche e organismi nazionali		
Soggetti politico-istituzionali non italiani		
Partiti, movimenti politici, esponenti di partito italiani	1.02.52	6,89
Amministratori locali	2.03.50	13,57
Giustizia		
Forze armate e Sicurezza pubblica	0.24.28	2,68
Vaticano e altri soggetti confessionali		
Associazioni di rilievo per il pluralismo sociale	0.21.58	2,41
Protagonisti sociali		
Mondo economico/finanziario	1.57.44	12,90
Sindacati e associazioni di categoria	1.23.18	9,13
Mondo dell'informazione		
Mondo delle professioni	1.10.37	7,74
Esperti e mondo della Scienza	2.32.25	16,70
Mondo della cultura	4.15.17	27,98
Mondo dello spettacolo		
Mondo dello sport		
Soggetti della cronaca		
Gente comune		
Totale	15.12.29	100,00

RTTR

Tabella riepilogativa controlli e violazioni

AMBITO	Tipologia Controllo	Violazione
Pubblicità - Affollamento	Affollamento pubblicitario (Spot + I.A. + Sovrimpressioni) orario e giornaliero	NO
	Sforamento pubblicitario (Spot + I.A. + Sovrimpressioni) orario e giornaliero. Tabella riassuntiva sforamenti	NO
	Affollamento pubblicitario (Solo spot) N-1	NO
	Sforamento pubblicitario (Solo spot) N-3	NO
	Affollamento LN-2 Spot + I.A. + Sovrimpressioni + Televendite + Telepromozioni	NO
	Sforamento LN-4 Spot + I.A. + Sovrimpressioni + Televendite + Telepromozioni	NO
Pubblicità - Posizionamento	Interruzioni manifestazioni sportive	NO
	Interruzione opere teatrali, cinematografiche, musicali, lirica	NO
	Interruzioni programmi religiosi	NO
	Interruzione di notiziari televisivi, film prodotti per la televisione	NO
	Interruzione cartoni animati	NO
	Interruzione programmi per bambini	NO
Pubblicità - Divieto	Programmi promozionali servizi interattivi con numerazione telefonica a sovrapprezzo	NO
	Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi	NO
	Presentazione televendite stesso conduttore del programma	NO
	Pubblicità che fa richiamo a presentatori di Tg	NO
	Pubblicità contenente parodie o imitazioni di programmi, divieto di sponsorizzazione	NO
	Divieto di sponsorizzazione di Tg e notiziari	NO
	Sponsorizzazione di programmi contenitore	NO
	Divieto di pubblicità di bevande alcoliche	NO
	Divieto di pubblicità di sigarette e tabacco	NO
	Divieto di pubblicità di prodotti medicinali	NO
	Divieto di trasmissione di spot reclamizzanti servizi di astrologia, cartomanzia	NO
	Divieto di trasmissione di televendite di servizi di astrologia, cartomanzia	NO
	Divieto di mostrare il logo di una sponsorizzazione	NO
Pubblicità occulta, product placement, sponsorizzazioni	SI	
Garanzia dell'Utenza e Tutela dei minori	Tutela dei minori	NO
	Trasmissione programmi/scene di pornografia	NO
Obblighi di programmazione	Registro programmi	NO
	Modalità di trasmissione	NO
Pluralismo Socio-politico	Tempi rilevati	NO

Area 1. Obblighi di programmazione

L'emittente RTTR, autorizzata a trasmettere su frequenze terrestri in ambito locale in base a concessione di natura commerciale, non è soggetta, secondo quanto previsto dall'art. 2 comma 1, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, al rispetto di specifici obblighi di informazione:

L'emittente è tenuta, tuttavia, al rispetto degli altri obblighi di programmazione riguardanti:

- trasmissione di programmi per non meno di 12 ore giornaliere e non meno di 90 ore settimanali;
- trasmissione di programmi in interconnessione per un massimo di 12 ore al giorno, limite ridotto del 50% nel caso di interconnessione con emittenti satellitari o estere.
- esporre in sovrapposizione, in maniera sempre chiaramente verificabile, il logo o marchio dell'emittente durante tutte le trasmissioni;
- tenere il registro dei programmi, che deve essere conforme al modello approvato dall'AGCOM;
- divieto di trasmissione, nelle ore comprese tra le 7:00 e le 24:00, di servizi e programmi di tipo interattivo (linea diretta, conversazione, messagerie vocali, chat line, hot line, one to one) con numerazione telefonica a sovrapprezzo, riconducibile a quella prevista dall'allegato A della delibera AGCOM n. 26/08/CIR;

Nella settimana oggetto di monitoraggio, compresa tra il 10 e il 16 marzo 2015, l'analisi condotta sul palinsesto delle 24 ore di RTTR **non ha evidenziato violazioni** rispetto agli obblighi di programmazione cui l'emittente è soggetta.

L'emittente, infatti, trasmette regolarmente per tutta la giornata (24 ore) programmi ed eventi editoriali, secondo un palinsesto articolato su vari generi di programmazione senza che si ravvisi la presenza di Immagini fisse o ripetitive.

L'emittente ha una linea editoriale improntata all'informazione e all'approfondimento, con edizioni di Telegiornale territorializzate (Edizioni ricorrenti per il territorio del Trentino, ma anche specificatamente per l'Alto Adige) e che rispettano la presenza di minoranze linguistiche nella Regione, nonché programmi di approfondimento giornalistico dedicate a tematiche di cronaca e politica locale.

Anche l'approfondimento culturale e i programmi di attualità denotano la mission dell'emittente locale, indirizzata verso la promozione della cultura e delle tradizioni regionali, nonché verso la promozione di realtà anche imprenditoriali locali.

Non si riscontrano, inoltre, violazioni inerenti la riconoscibilità del logo dell'emittente, che compare chiaramente in sovrapposizione nel corso delle 24 ore di programmazione (Allegato Registro Programmi e Report Tipologia di programmazione).

Area 2. Garanzie dell'utenza e tutela dei minori

Il monitoraggio condotto sulle trasmissioni di RTTR, in onda nella settimana campione, **non ha evidenziato violazioni** riguardo alla normativa prevista a garanzia dell'utenza e a tutela dei minori. Nello specifico non sono stati rilevati contenuti lesivi della dignità personale, dell'immagine o dell'integrità psico-fisica dei minori, né l'utilizzo di un linguaggio e un comportamento connotato da volgarità e/o contenuti che potessero incitare all'odio o al razzismo, sia nelle finestre informative dedicate alle realtà nazionali e locali, sia nei programmi di approfondimento.

Nel palinsesto di RTTR, inoltre, si ravvisa l'assenza di film vietati ai minori di anni diciotto o film vietati ai minori di anni quattordici trasmessi in fasce orarie non consentite, così come l'assoluta assenza di trasmissioni che presentino forme o contenuti di carattere erotico, pornografico e/o osceno.

Area 3. Pubblicità

Il palinsesto di RTTR si caratterizza per un'impaginazione pubblicitaria lineare, con blocchi di programmazione scanditi dalla pubblicità tabellare e da televendite, quest'ultime in onda principalmente

nelle fasce mattutine e correttamente inserite in “finestre di programmazione” della durata ampiamente superiore ai 15 minuti.

Nella settimana oggetto di monitoraggio **non si ravvisano violazioni** in materia di affollamenti pubblicitari e posizionamento dei break Film Tv, Programmi culturali con parti autonome e Opere cinematografiche.

Da segnalare che quasi tutte le edizioni del Telegiornale (per lo più della durata inferiore ai 30 minuti) risultano connotate da un’impaginazione editoriale che segue tale format:

Telegiornale → Sponsor Meteo → Rubrica Meteo → Sponsor di chiusura del Meteo → Sigla di chiusura del Tg.

I telegiornali, dunque, risultano interrotti da una comunicazione commerciale, ovvero lo sponsor della rubrica Meteo interna al Tg. Tale sponsor, peraltro, non risulta adeguatamente segnalato come comunicazione commerciale.

Per approfondimenti sulla messa in onda si rimanda all’Allegato Q.

A carico dell’emittente RTTR è stata riscontrata una potenziale violazione inerente la materia della pubblicità occulta. Di seguito si riportano le schede di segnalazione delle trasmissioni da sottoporre a verifica.

Segnalazione trasmissione: Food Style

PUNTATE SEGNALATE	MESSA IN ONDA
13/03/2015	22:28
14/03/2015 (Replica del 13 marzo)	02:24

AMBITO VIOLAZIONE	NORMA VIOLATA
PRODUCT PLACEMENT	Art. 40bis, comma 2, lettere B) e C)
PUBBLICITA' OCCULTA	36-bis comma 1, lettera a) decreto legislativo 177/2005

“Food style – il sapore del sapere” è un rotocalco ideato e condotto dalle dottoresse Francesca Baraldi, biologa nutrizionista, e Maurizia Scaletti, esperta di processi di cambiamento, dedicato alle abitudini alimentari della nostra società ed incentrato su una serie di consigli finalizzati a porre in stretta relazione le nostre consuetudini domestiche e il nostro comportamento a tavola con l’adozione di uno stile di vita più sano e più consapevole.

Nella puntata oggetto di indagine, le due conduttrici si rivolgono al pubblico argomentando l’importanza del concetto di equilibrio inteso sia come equilibrio interiore sia come equilibrio nell’alimentazione, nella prima parte del programma offrendo utili istruzioni sulla corretta collocazione dei cibi in frigorifero e nella seconda parte proponendo due ricette di ispirazione bio ai fornelli.

In attesa che le due conduttrici entrino in studio, il programma esordisce con le strette inquadrature di un piano cucina che di lì a poco vedrà all’opera le due esperte. In particolare, una delle inquadrature mette in risalto una cesta colma di mele tipiche trentine sulle quali è chiaramente riconoscibile il bollino del marchio Melinda.

Le dottoresse Francesca Baraldi e Maurizia Scaletti entrano a questo punto in scena con due buste della spesa piene di prodotti alimentari. I prodotti vengono subito posti ordinatamente sul tavolo prima di essere collocati in frigorifero o di essere d’ausilio ai fornelli come ingredienti principali delle ricette del giorno. Le telecamere mettono in risalto i prodotti scelti e i primi piani utilizzati svelano con estrema chiarezza visiva la predominanza di prodotti a marchio Coop.

La puntata procede con le istruzioni della dottoressa Baraldi su come collocare i diversi cibi nei diversi piani del frigorifero in base alla loro natura, al loro stato di cottura e alla data di scadenza, invitando anche i telespettatori a visitare il sito del Ministero della Salute e il relativo decalogo sulla sicurezza del frigorifero.

I prodotti Coop vengono di volta in volta posizionati sui diversi scaffali del frigo: il latte e lo yogurt più in alto, le uova e gli insaccati più al centro e la carne più in basso.

Le telecamere seguono le operazioni svolte dalla conduttrice sia con inquadrature più larghe sia con inquadrature più strette che mettono in risalto nome e logo Coop di ciascun singolo prodotto.

Il programma prosegue poi con una trattazione delle esperte sul significato di fame fisiologica e fame emotiva per poi dipanarsi fino alla seconda parte della puntata, in cui le due conduttrici sono impegnate ai fornelli nella preparazione di due ricette a base di pasta.

La dottoressa Scaletti introduce questa seconda parte argomentando il significato profondo della parola ricetta per poi passare alla parte pratica: "...parliamo proprio di preparazione allora...che cosa abbiamo preparato oggi? Prepariamo due tipi di pasta differente e a proposito della pasta che è già in cottura vediamo che cosa abbiamo scelto". A questo punto del programma, mentre nella prima parte il marchio dei prodotti utilizzati veniva svelato soltanto dalle inquadrature delle telecamere, nella seconda parte non solo il marchio della pasta utilizzata (pasta Felicetti) viene inquadrato con dei primi piani ma il pacco del prodotto viene direttamente preso in mano e mostrato alle telecamere dalla conduttrice nonché esaltato nelle sue caratteristiche e nelle sue qualità: "Abbiamo utilizzato una pasta monograno. E' una pasta biologica e quindi la materia prima, il farro, è un prodotto biologico, italiano. La pasta Felicetti inoltre è un prodotto trentino e abbiamo parlato molto spesso di utilizzare prodotti locali sia per una scelta biologica ma anche per una scelta di grande qualità. Noi sappiamo che le materie prime dei nostri prodotti devono essere di elevata qualità per essere buone e per ottenere dei buoni pasti oltre che salutari. Questi prodotti ci garantiscono l'utilizzo dell'acqua e dell'aria di montagna....e sono fondamentali perché l'acqua e l'aria buona come in Trentino non le troviamo da nessuna parte. Quindi abbiamo degli ottimi prodotti...".

La preparazione delle ricette viene successivamente portata avanti dalla dottoressa Baraldi, che esplicita tutti i passi e gli ingredienti necessari per portare in tavola una pasta con zucca e speck e una pasta alle lenticchie.

Per quanto riguarda il primo piatto, la dottoressa Baraldi cita in modo esplicito la provenienza dello speck utilizzato, esaltando, come fatto in precedenza dalla dottoressa Scaletti, le note qualitative del prodotto: "...speck del Consorzio di produttori trentini di salumi. Lo speck è un prodotto regionale. Se dici Trentino dici speck! Possiamo vedere come è bello rosso...". Per quanto riguarda invece il secondo piatto, le inquadrature delle telecamere indugiano con un primo piano sul pacco di lenticchie utilizzate per essere abbinato alla pasta (lenticchie mignon biologiche Viviverde Coop).

La puntata si conclude con l'ultimazione delle due ricette e con l'elargizione di un'altra serie di consigli da parte delle due conduttrici.

Da segnalare infine che nel programma risulta del tutto assente l'avviso che indichi l'inserimento di prodotti commerciali, e che i prodotti inseriti (in particolare la pasta Felicetti) vengono espressamente menzionati all'interno del programma in violazione della normativa sul product placement che all'art. Art. 40bis, comma 2, lettera B) del D.lgs 177/2005 che prevede che i programmi nei quali sono inseriti prodotti devono essere conformi ai seguenti requisiti:

b) non incoraggiano direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi.

In subordine il programma incorre nella fattispecie di violazione della pubblicità occulta, in quanto, secondo quanto definito dall'art. 2, comma 2, lettera gg) del D.lgs. 177/05, propone in maniera ingannevole la presentazione orale e visiva dei servizi, del nome e del marchio delle attività commerciali citate, ponendo in essere una "comunicazione commerciale audiovisiva occulta", in violazione di quanto previsto dall'art. 36-bis, comma 1, lettera a) del D.lgs. 177/05.

Segnalazione trasmissione: Life Style

PUNTATE SEGNALATE	MESSA IN ONDA
12/03/2015	20:54
13/03/2015 (Replica del 12 marzo)	18:49
14/03/2015 (Replica del 12 marzo)	12:38

AMBITO VIOLAZIONE	NORMA VIOLATA
PUBBLICITA' OCCULTA	36-bis comma 1, lettera a) decreto legislativo 177/2005

Life Style si propone come un programma di costume e società dedito alla ricerca delle mode e tendenze del Trentino.

Nella puntata oggetto di esame, le telecamere della trasmissione si recano all'inaugurazione del nuovo locale del gruppo Sosi "Magna Laude", store di nuova concezione dove è possibile comprare del pane ma anche bere un caffè, fare colazione, gustare un aperitivo e ordinare una pizza (anche d'asporto).

Una voce fuori campo introduce il tema della puntata spiegando al pubblico da casa che "Con una vera e propria cerimonia ufficiale, ha aperto i battenti il nuovo locale della catena Sosi, Magna Laude. Situato in via Zanella, quindi vicino agli studenti universitari che sono una fetta di clientela sulla quale l'azienda vuole sempre più puntare, Magna Laude offre una serie di novità e servizi".

Giulia Sosi – responsabile commerciale – rilascia una lunga intervista ai microfoni di Life Style in cui spiega nel dettaglio le caratteristiche e funzioni di questo nuovo locale mentre le immagini trasmesse dalle telecamere ne mostrano l'interno affollato e indugiano sulle pietanze e sull'ampia scelta di drink proposte ai clienti.

La Sosi, ricorda inoltre gli orari di apertura – dalle 07:30 alle 22:00 – puntando sulla trasversalità dell'offerta che lo rende un luogo d'incontro "... in tutto questo arco della giornata abbiamo la possibilità di dare un'offerta molto ampia. Partiamo dalla colazione, ai caffè, ai cappuccini fino agli estratti di frutta, alla pausa pranzo con la buonissima pizza alla pala che cuociamo direttamente sul posto in un forno a pietra e proseguiamo con gli aperitivi. Ecco questa forse è una grandissima novità. I negozi di solito tradizionali, uno spritz o un buon bicchiere di birra non si può bere. Qua lo si può fare". Scorrono nel mentre, le immagini del menù con i prezzi delle singole pietanze.

Tale programma, dunque, secondo quanto definito dall'art. 2, comma 2, lettera gg) del Dlgs. 177/05, propone in maniera ingannevole la presentazione orale e visiva dei servizi, del nome e del marchio delle attività commerciali citate, ponendo in essere una "comunicazione commerciale audiovisiva occulta", in violazione di quanto previsto dall'art. 36-bis, comma 1, lettera a) del Dlgs. 177/05.

Segnalazione trasmissione: Tutti per uno – Famiglia cooperativa Primiero

PUNTATE SEGNALATE	MESSA IN ONDA
10/03/2015	13:45:11
12/03/2015 (Replica del 10 marzo)	14:19:20
12/03/2015 (Replica del 10 marzo)	22:05:23

AMBITO VIOLAZIONE	NORMA VIOLATA
PUBBLICITA' OCCULTA	36-bis comma 1, lettera a) decreto legislativo 177/2005

“Tutti per uno” è una rubrica informativa a carattere d’inchiesta, giunta alla sua terza edizione e realizzata in collaborazione con la Federazione trentina della cooperazione, l’ufficio stampa della Provincia autonoma di Trento e il Servizio Commercio e Cooperazione, che si propone di far conoscere più da vicino il mondo della cooperazione radicato nel panorama imprenditoriale locale attraverso un viaggio tra i diversi settori e le diverse tipologie delle aziende cooperative trentine. In ciascuna puntata, il programma si compone di una prima parte, incentrata sul racconto e le esperienze personali dell’esponente di una singola cooperativa del Trentino, e di una seconda parte dal carattere divulgativo, in cui un esperto cerca di chiarire principi fondamentali e punti cardine alla base del modus operandi della cooperazione regionale. Nella puntata oggetto di indagine, il focus della prima parte è dedicato alla Famiglia Cooperativa di Primiero e al suo direttore, Camillo Bettega.

Discendente della prima Famiglia Cooperativa, nata in Trentino nel 1890 come espressione di cooperazione di consumo per far fronte alle condizioni di povertà e isolamento della popolazione locale di quel periodo, la Famiglia Cooperativa di Primiero è uno dei tanti punti vendita del Trentino, identificati dal marchio Famiglia Cooperativa, che dal 1993 sono legati da un accordo di collaborazione con Coop Italia per una esclusiva di commercializzazione dei prodotti a marchio Coop in tutto il Trentino.

In un monologo che ripercorre le tappe fondamentali della propria carriera nel mondo delle cooperative, da garzone di bottega ad attuale direttore di un grande punto vendita della regione, il direttore Camillo Bettega sottolinea sin da subito come i valori di onestà nei confronti dei soci e la passione per il proprio lavoro siano gli stessi alla base della filosofia di cooperativa in generale e come la cooperativa da egli rappresentata sia cresciuta esponenzialmente nel corso degli ultimi anni, potendo contare oggi su oltre 1300 soci. Il racconto spazia poi costantemente per tutta la sua durata da una descrizione di vicende lavorative personali ad una esaltazione positiva dei principi di qualità, trasparenza e convenienza che muovono l’intera attività della catena di vendita oggetto della puntata, quasi a voler implicitamente rivolgere un invito al telespettatore e potenziale socio o acquirente. Camillo Bettega: *“La Famiglia Cooperativa ha rispetto al negozio privato delle cose fondamentali che solamente chi ci lavora dentro riesce a capire...”*. Camillo Bettega: *“...il cliente o il socio o il consumatore di cosa vanno alla ricerca in questo periodo?! Naturalmente in questa fase dove c’è la crisi...va alla ricerca solamente del prezzo! Io mi auguro che questa crisi qua riesca a far riemergere gli aspetti e i valori che erano nati negli anni in cui sono nate le famiglie cooperative...la crisi fa capire alle persone che non è solo l’aspetto economico che bisogna prendere in considerazione ma è anche l’aspetto sociale e...quant’altro...”*.

Camillo Bettega: *“...per...quello che riguarda i soci...porta avanti il servizio a domicilio...alle famiglie che naturalmente ne hanno più bisogno...anche per le persone anziane e quant’altro...senza nessun onere...diciamo...a carico del socio...abbiamo fatto delle iniziative ad hoc del socio con dei buoni spesa che i soci hanno avuto la possibilità...diciamo...di ridurre ancora...diciamo...il costo della spesa!”*.

A rafforzare tali caratteristiche contenutistiche del programma è anche l’ampio utilizzo di inquadrature esplicite, che in molteplici passaggi del monologo sono focalizzate su primi piani di loghi, punti vendita e campagne pubblicitarie del marchio rappresentato dal protagonista della trasmissione.

Nello specifico, nella parte introduttiva del monologo in cui il direttore Camillo Bettega inizia il suo racconto sulla Famiglia Cooperativa, le immagini mostrano lo stesso direttore intento a varcare la soglia dell’edificio

Coop in cui ha sede il proprio ufficio, con inquadratura diretta del logo Coop. Per tutta l'intervista vanno poi in onda molteplici filmati in cui il direttore effettua controlli e interagisce con i dipendenti all'interno del punto vendita da egli gestito, svelando implicitamente al telespettatore spazi, reparti e primi piani di prodotti.

Nel corso del monologo e anche a chiusura dell'intervista viene poi proposta l'immagine fissa di un cartello pubblicitario, ripreso all'interno del punto vendita, che promuove la raccolta punti COOP SINFONIA – VALORI PER I SOCI e la carta INCOOPERAZIONE.

Il focus della seconda parte del programma è intitolato invece "Piccolo vademecum sulla cooperazione trentina". Ripercorrendo quanto anche ribadito dal direttore Camillo Bettega nel suo racconto, un esponente dell'Ufficio Studi della cooperazione trentina, Michele Dorigatti, spiega al telespettatore come i principi e i valori di democrazia, mutualità, solidarietà, profitto di generazione in generazione, onestà, trasparenza e sostenibilità rappresentino le basi del modo di fare impresa della cooperazione trentina. Per tutta la durata di questa seconda parte, l'argomentazione dell'esperto è accompagnata dal logo CREA IMPRESA COOP che appare fisso in sovrapposizione nella parte in alto a sinistra dello schermo, senza alcuna forma di segnalazione preventiva da parte dell'emittente.

Da segnalare anche che alla luce delle scelte editoriali fin qui descritte, la trasmissione non esordisce né riporta in corso di svolgimento la dicitura in sovrapposizione "Il programma può contenere messaggi promozionali".

Tale programma, dunque, secondo quanto definito dall'art. 2, comma 2, lettera gg) del Dlgs. 177/05, propone in maniera ingannevole la presentazione orale e visiva dei servizi, del nome e del marchio delle attività commerciali citate, ponendo in essere una "comunicazione commerciale audiovisiva occulta", in violazione di quanto previsto dall'art. 36-bis, comma 1, lettera a) del Dlgs. 177/05.

Segnalazione trasmissione: Tutti per uno – Famiglia cooperativa Cavalese

PUNTATE SEGNALATE	MESSA IN ONDA
14/03/2015	18:46:47
15/03/2015 (Replica del 14 marzo)	08:02:29
16/03/2015 (Replica del 14 marzo)	19:30:23

AMBITO VIOLAZIONE	NORMA VIOLATA
PUBBLICITA' OCCULTA	36-bis comma 1, lettera a) decreto legislativo 177/2005

“Tutti per uno” è una rubrica informativa a carattere d’inchiesta, giunta alla sua terza edizione e realizzata in collaborazione con la Federazione trentina della cooperazione, l’ufficio stampa della Provincia autonoma di Trento e il Servizio Commercio e Cooperazione, che si propone di far conoscere più da vicino il mondo della cooperazione radicato nel panorama imprenditoriale locale attraverso un viaggio tra i diversi settori e le diverse tipologie delle aziende cooperative trentine. In ciascuna puntata, il programma si compone di una prima parte, incentrata sul racconto e le esperienze personali di un esponente di una singola cooperativa del Trentino, e di una seconda parte dal carattere divulgativo, in cui un esperto cerca di chiarire principi fondamentali e punti cardine alla base del *modus operandi* della cooperazione regionale.

Nella puntata oggetto di indagine, il focus della prima parte è dedicato alla Famiglia Cooperativa di Cavalese e al suo presidente, Giorgio Parolari.

Discendente della prima Famiglia Cooperativa, nata in Trentino nel 1890 come espressione di cooperazione di consumo per far fronte alle condizioni di povertà e isolamento della popolazione locale di quel periodo, la Famiglia Cooperativa di Cavalese è uno dei tanti punti vendita del Trentino, identificati dal marchio Famiglia Cooperativa, che dal 1993 sono legati da un accordo di collaborazione con Coop Italia per una esclusiva di commercializzazione dei prodotti a marchio Coop in tutto il Trentino.

In un monologo che ripercorre le tappe fondamentali della propria carriera prima nel mondo bancario e poi in quello delle cooperative, il presidente Giorgio Parolari, descrive le tappe fondamentali da egli attraversate per risollevare le sorti amministrative e finanziarie della Famiglia Cooperativa di Cavalese, fino a riportare il punto vendita in primo piano nello scenario regionale delle cooperative.

Nel suo racconto, il presidente svela senza mezzi termini le caratteristiche qualitative e concorrenziali che hanno permesso alla cooperativa da egli gestita di ritornare in auge, dopo un lungo periodo di crisi attraversato prima del suo arrivo, dalle competitive politiche di prezzo applicate fino ad altri aspetti pratici di gestione come la redistribuzione del reddito, che sponsorizzano implicitamente il punto vendita.

A rafforzare tali caratteristiche contenutistiche del programma è anche l’ampio utilizzo di inquadrature, che in molteplici passaggi del monologo sono focalizzate su primi piani di loghi, punti vendita e iniziative del marchio rappresentato dal protagonista della trasmissione.

Nello specifico, nella parte introduttiva del monologo in cui il presidente Giorgio Parolari inizia il suo racconto sulla Famiglia Cooperativa, le immagini mostrano lo stesso presidente intento a varcare la soglia dell’edificio Coop in cui ha sede il proprio ufficio, con inquadratura diretta del logo Coop. Per tutta l’intervista vanno poi in onda molteplici filmati in cui il direttore effettua acquisti con la carta INCOOPERAZIONE e interagisce con i dipendenti all’interno del centro commerciale da egli presieduto, svelando implicitamente al telespettatore spazi, reparti e primi piani di prodotti.

Il focus della seconda parte del programma è intitolato invece “Piccolo vademecum sulla cooperazione trentina”. Ripercorrendo quanto anche ribadito dal presidente Giorgio Parolari nel suo racconto, il presidente di Euricse, Carlo Borzaga, spiega al telespettatore come vengono distribuiti gli utili in cooperativa. Per tutta la durata di questa seconda parte, l’argomentazione dell’esperto è accompagnata dal logo CREA IMPRESA COOP che appare fisso in sovrapposizione nella parte in alto a sinistra dello schermo, senza alcuna forma di segnalazione preventiva da parte dell’emittente.

Da segnalare anche che alla luce delle scelte editoriali fin qui descritte, la trasmissione non esordisce né riporta in corso di svolgimento la dicitura in sovrimpressione “Il programma può contenere messaggi promozionali”.

Tale programma, dunque, secondo quanto definito dall’art. 2, comma 2, lettera gg) del Dlgs. 177/05, propone in maniera ingannevole la presentazione orale e visiva dei servizi, del nome e del marchio delle attività commerciali citate, ponendo in essere una “comunicazione commerciale audiovisiva occulta”, in violazione di quanto previsto dall’art. 36-bis, comma 1, lettera a) del Dlgs. 177/05.

Area 4. Pluralismo Socio-politico

Nella settimana oggetto di monitoraggio non si ravvisano squilibri o violazioni alle norme vigenti in materia di Pluralismo socio-politico.

Di seguito si riportano le tabelle relative ai tempi fruiti nei Tg e nei programmi Extra-Tg

Tempo di notizia, parola, antenna dei soggetti politici ed istituzionali nei Telegiornali di RTTR - tutte le edizioni

SOGGETTI POLITICI	Tempo di notizia			Tempo di parola			Tempo di antenna		
	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Partito Democratico	0.41.07	24,86	17,83	0.20.42	17,86	11,10	1.01.49	21,98	14,82
Sinistra ecologia e libertà	0.00.15	0,15	0,11	0.07.05	6,11	3,80	0.07.20	2,61	1,76
Il Popolo della Libertà	0.00.42	0,42	0,30				0.00.42	0,25	0,17
PDL - Forza Italia	0.11.24	6,89	4,94	0.04.02	3,48	2,16	0.15.26	5,49	3,70
Nuovo centrodestra	0.00.03	0,03	0,02				0.00.03	0,02	0,01
Lega Nord	0.04.30	2,72	1,95	0.07.25	6,40	3,98	0.11.55	4,24	2,86
Movimento Beppegrillo.it/5stelle	0.09.00	5,44	3,90	0.09.02	7,80	4,84	0.18.02	6,41	4,32
Scelta Civica per l'Italia	0.00.10	0,10	0,07				0.00.10	0,06	0,04
Per l'Italia - Udc	0.02.46	1,67	1,20	0.06.53	5,94	3,69	0.09.39	3,43	2,31
Fratelli d'Italia	0.11.40	7,05	5,06	0.14.56	12,89	8,01	0.26.36	9,46	6,38
Casapound Italia	0.02.55	1,76	1,26				0.02.55	1,04	0,70
Civica per Divina	0.00.21	0,21	0,15				0.00.21	0,12	0,08
Civica Trentina	0.02.34	1,55	1,11	0.06.40	5,75	3,57	0.09.14	3,28	2,21
Federazione dei Verdi	0.00.40	0,40	0,29				0.00.40	0,24	0,16
Gruppo Misto	0.02.20	1,41	1,01	0.08.59	7,75	4,82	0.11.19	4,02	2,71
L'Alto Adige nel cuore	0.00.09	0,09	0,07				0.00.09	0,05	0,04
Lista civica Laives	0.02.27	1,48	1,06	0.04.05	3,52	2,19	0.06.32	2,32	1,57
Lista civica pro Spagnolli	0.15.11	9,18	6,58	0.06.39	5,74	3,56	0.21.50	7,76	5,23
Liste Civiche	0.13.41	8,27	5,93	0.07.42	6,64	4,13	0.21.23	7,60	5,13
Obmann Sudtiroler Volkspartei	0.00.09	0,09	0,07	0.02.06	1,81	1,13	0.02.15	0,80	0,54
Partito Autonomista Trentino Tirolese - PATT				0.02.03	1,77	1,10	0.02.03	0,73	0,49
Progetto Rovereto città	0.00.56	0,56	0,40				0.00.56	0,33	0,22
Progetto Trentino	0.38.39	23,37	16,76	0.07.34	6,53	4,06	0.46.13	16,43	11,08
Sudtiroler Volkspartei	0.01.12	0,73	0,52				0.01.12	0,43	0,29
Unione per il Trentino (UPT)	0.02.34	1,55	1,11				0.02.34	0,91	0,62
Totale	2.45.25	100,00	71,72	1.55.53	100,00	62,12	4.41.18	100,00	67,43
SOGGETTI ISTITUZIONALI	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Presidente della Repubblica									
Presidente del Senato									
Presidente della Camera									
Presidente del Consiglio	0.00.28		0,20				0.00.28		0,11
Governo/ Ministri/ Sottosegretari	0.02.00		0,87	0.00.23		0,21	0.02.23		0,57
Unione Europea									
Totale	0.02.28		1,07	0.00.23		0,21	0.02.51		0,68
SOGGETTI ISTITUZIONALI LOCALI	V.A.	%	%	V.A.	%	%	V.A.	%	%
Presidente della giunta regionale	0.01.47		0,77	0.02.56		1,57	0.04.43		1,13
Presidente del Consiglio regionale	0.00.14		0,10				0.00.14		0,06
Assessori regionali	0.00.24		0,17	0.03.19		1,78	0.03.43		0,89
Presidenti delle giunte provinciali	0.26.30		11,49	0.16.35		8,89	0.43.05		10,33
Presidenti dei Consigli provinciali									
Assessori provinciali	0.27.11		11,79	0.34.08		18,30	1.01.19		14,70
Sindaci	0.06.09		2,67	0.11.44		6,29	0.17.53		4,29
Presidenti dei Consigli comunali									
Assessori comunali	0.00.31		0,22	0.01.35		0,85	0.02.06		0,50
Totale	1.02.46		27,21	1.10.17		37,68	2.13.03		31,89
Totale	3.50.39		100,00	3.06.33		100,00	6.57.12		100,00

Tempo di parola dei soggetti politici ed istituzionali nei programmi extra-tg di RTTR			
SOGGETTI POLITICI	Tempo di parola		
	V.A.	%	
Partito Democratico	1.14.32	24,28	15,50
PDL - Forza Italia	0.33.12	10,82	6,91
Lega Nord	0.36.11	11,79	7,53
Movimento Beppegrillo.it/5stelle	0.08.13	2,68	1,71
Civica Trentina	0.18.29	6,02	3,84
Da Cittadini	0.14.03	4,58	2,92
Federazione della Sinistra	0.02.54	0,94	0,60
Lista civica Marco Rizzo Sindaco	0.01.20	0,43	0,28
Liste Civiche	0.37.08	12,10	7,72
Partito Autonomista Trentino Tirolese – PATT	0.14.10	4,62	2,95
Progetto Trentino	0.04.44	1,54	0,98
Trentino Punto a capo	0.23.12	7,56	4,83
Unione per il Trentino (UPT)	0.19.36	6,39	4,08
Verdi del Trentino	0.19.11	6,25	3,99
Totale	5.06.55	100,00	63,85
SOGGETTI ISTITUZIONALI	V.A.	%	%
Presidente della Repubblica			
Presidente del Senato			
Presidente della Camera			
Presidente del Consiglio			
Governo/ Ministri/ Sottosegretari			
Unione Europea			
Totale			
SOGGETTI ISTITUZIONALI LOCALI	V.A.	%	%
Presidente della giunta regionale	0.02.29		0,52
Presidente del Consiglio regionale			
Assessori regionali	0.01.36		0,33
Presidenti delle giunte provinciali	0.37.52		7,88
Presidenti dei Consigli provinciali			
Assessori provinciali			
Sindaci	0.21.48		4,53
Presidenti dei Consigli comunali			
Assessori comunali	1.50.03		22,89
Totale	2.53.48		36,15
Totale	8.00.43	100,00	100,00

Tempi di notizia, parola, antenna dei soggetti sociali nei Telegiornali di RTTR						
Categorie di Soggetti	Tempo di notizia		Tempo di parola		Tempo di antenna	
	V.A.	%	V.A.	%	V.A.	%
Soggetti sovranazionali						
Unione Europea	0.00.34	0,21			0.00.34	0,10
Soggetti e organi Costituzionali	0.02.02	0,75	0.00.23	0,14	0.02.25	0,44
Istituzioni pubbliche e organismi nazionali	0.09.24	3,45	0.03.57	1,45	0.13.21	2,45
Soggetti politico-istituzionali non italiani						
Partiti, movimenti politici, esponenti di partito italiani	2.45.17	60,68	1.55.53	42,60	4.41.10	51,65
Amministratori locali	1.02.53	23,09	1.11.11	26,17	2.14.04	24,63
Giustizia	0.03.37	1,33	0.07.45	2,85	0.11.22	2,09
Forze armate e Sicurezza pubblica	0.00.10	0,06	0.00.17	0,10	0.00.27	0,08
Vaticano e altri soggetti confessionali						
Associazioni di rilievo per il pluralismo sociale	0.02.24	0,88	0.13.05	4,81	0.15.29	2,84
Protagonisti sociali			0.00.18	0,11	0.00.18	0,06
Mondo economico/finanziario	0.01.31	0,56	0.11.39	4,28	0.13.10	2,42
Sindacati e associazioni di categoria	0.21.02	7,72	0.33.50	12,44	0.54.52	10,08
Mondo dell'informazione						
Mondo delle professioni			0.05.28	2,01	0.05.28	1,00
Esperti e mondo della Scienza	0.01.11	0,43	0.02.33	0,94	0.03.44	0,69
Mondo della cultura						
Mondo dello spettacolo						
Mondo dello sport						
Soggetti della cronaca	0.02.17	0,84	0.05.44	2,11	0.08.01	1,47
Gente comune						
Totale	4.32.22	100,00	4.32.03	100,00	9.04.25	100,00

Tempo di parola dei soggetti sociali nei programmi Extra-TG di RTTR		
Categorie di Soggetti	Tempo di parola	
	V.A.	%
Soggetti sovranazionali		
Unione Europea		
Soggetti e organi Costituzionali	0.07.38	1,18
Istituzioni pubbliche e organismi nazionali	0.25.28	3,92
Soggetti politico-istituzionali non italiani		
Partiti, movimenti politici, esponenti di partito italiani	5.06.55	47,26
Amministratori locali	3.04.25	28,40
Giustizia		
Forze armate e Sicurezza pubblica		
Vaticano e altri soggetti confessionali	0.00.23	0,06
Associazioni di rilievo per il pluralismo sociale		
Protagonisti sociali		
Mondo economico/finanziario	0.52.58	8,16
Sindacati e associazioni di categoria	0.16.54	2,60
Mondo dell'informazione	0.13.33	2,09
Mondo delle professioni	0.41.13	6,35
Esperti e mondo della Scienza		
Mondo della cultura		
Mondo dello spettacolo		
Mondo dello sport		
Soggetti della cronaca		
Gente comune		
Totale	10.49.27	100,00