



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

Elezioni comunali **2017**



Guida alla propaganda
elettorale

Sommario

Presentazione.....	4
Parole chiave.....	5
Comunicazione istituzionale	5
Propaganda	5
Propaganda elettorale	5
Informazione elettorale	5
Par condicio	5
Committente responsabile.....	5
Silenzio elettorale	5
Organi di controllo.....	5
Il divieto di comunicazione istituzionale	6
Soggetti destinatari del divieto	6
Ambito oggettivo	6
Sanzioni	6
Riferimenti.....	6
La propaganda radiotelevisiva e a mezzo stampa	7
Comunicazione politica radiotelevisiva.....	7
Messaggi politici autogestiti gratuiti e a pagamento	7
L'attività di informazione nel periodo elettorale	8
Messaggi politici elettorali su quotidiani e periodici.....	8
Sondaggi	9
Sanzioni	9
Violazioni e relative sanzioni in materia di par condicio	10
Riferimenti.....	10
La propaganda mediante affissioni.....	11
Individuazione degli spazi	11
Assegnazione degli spazi	11
No propaganda indiretta.....	11
Divieti.....	11
Riferimenti.....	11
Postazioni temporanee o mobili e sedi di comitati elettorali.....	12
Riferimenti.....	12
Le riunioni di propaganda elettorale e la propaganda sonora	13
I comizi e le riunioni.....	13
La propaganda sonora	13

Riferimenti.....	13
Altre forme di propaganda tradizionale	14
Propaganda luminosa e propaganda mobile.....	14
Volantinaggio.....	14
Riferimenti.....	14
Nuove forme di propaganda elettorale: e-mail, internet, chiamate telefoniche e sms.....	15
Riferimenti.....	15
Riassunto dei principali divieti in tema di propaganda elettorale.....	16
Divieti decorrenti dal 45° giorno antecedente il voto.....	16
Divieti decorrenti dal 30° giorno antecedente il voto.....	16
Divieti decorrenti dal 15° giorno antecedente il voto.....	16
Divieti nel giorno antecedente il voto e in quelli di votazione	16
Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale	18
Riferimenti.....	18
Agevolazioni tariffarie e fiscali per i candidati.....	19
Agevolazioni fiscali per il materiale tipografico	19
Occupazioni di suolo pubblico.....	19
Esenzione dal diritto sulle pubbliche affissioni	19
Locali a disposizione per conferenze e dibattiti.....	19
Riferimenti.....	19
F.A.Q. – Domande frequenti	20
Divieto di comunicazione istituzionale	20
Propaganda radiotelevisiva e a mezzo carta stampata	20
Propaganda mediante affissioni.....	21
Riunioni di propaganda elettorale	22
Propaganda luminosa, figurativa e mobile.....	22
Silenzio elettorale.....	23
Spese di campagna elettorale.....	23

Presentazione

Questa guida è stata concepita come un manuale di rapida e facile consultazione ad uso sia dei soggetti istituzionali, sia di coloro che intendono candidarsi alle prossime elezioni comunali.

L'intento è quello di fornire chiare ed esaustive informazioni sulla campagna elettorale, evidenziando le facoltà e i divieti posti dal legislatore a tutela della par condicio.

Per qualsiasi dubbio o chiarimento, è possibile contattare il Servizio elettorale della Regione ai contatti presenti all'indirizzo internet:
[http://autonomielocali.regione.fvg.it/aall/opencms/AALL/Elezioni/.....](http://autonomielocali.regione.fvg.it/aall/opencms/AALL/Elezioni/)

Parole chiave

Comunicazione istituzionale

Comunicazione realizzata in modo organizzato da un'istituzione o dai suoi rappresentanti e diretta alle persone e ai gruppi dell'ambiente sociale in cui la stessa svolge la propria attività. È un servizio necessario ai cittadini che non deve avere alcuna finalità promozionale.

Propaganda

Attività volta a far conoscere e apprezzare determinate idee o prodotti che vengono presentati al pubblico per favorirne la vendita o per stimolare determinati comportamenti conformi alle aspettative dell'autore del messaggio propagandistico.

Propaganda elettorale

Attività specifica volta a stimolare determinati comportamenti da parte degli elettori. Si svolge nell'ambito del procedimento elettorale preparatorio e ha lo scopo di acquisire il maggior numero di voti.

È utilizzata in varie forme: dalla tradizionale propaganda mediante affissioni, alle riunioni elettorali, alla propaganda radiotelevisiva, ecc.

Informazione elettorale

Diversamente dalla propaganda, è un messaggio "puro" e "obiettivo", in quanto non ha la finalità di provocare nel destinatario l'adesione ad una determinata opzione politica.

Par condicio

È la parità di condizioni di accesso ai mass media, assicurata nel periodo elettorale ai partiti e ai candidati.

Committente responsabile

È colui che commissiona la stampa del materiale elettorale e ne è responsabile. Tutte le pubblicazioni di propaganda elettorale a mezzo di scritti, stampa o fotostampa, radio, televisione, incisione magnetica e ogni altro

mezzo di divulgazione, devono indicare il nome del committente responsabile.

Silenzio elettorale

È il divieto di svolgere forme di propaganda elettorale nel giorno antecedente e nei giorni della votazione.

Organi di controllo

Vari organi controllano il rispetto delle disposizioni che regolamentano la campagna elettorale.

La *Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi (Commissione)* è una commissione parlamentare che detta alla RAI, quale concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, le regole per il rispetto della par condicio nell'utilizzo degli spazi di propaganda da parte dei partiti, delle liste e dei candidati. La *Commissione* disciplina direttamente le rubriche elettorali e i servizi o i programmi di informazione elettorale della RAI nel periodo elettorale, in modo che siano assicurate la parità di trattamento, la completezza e l'imparzialità rispetto a tutti i partiti e i movimenti che partecipano alla campagna elettorale.

L'*Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Autorità)* è un'autorità indipendente che risponde del proprio operato al Parlamento e che si pone quale organo di garanzia nei confronti degli operatori sul mercato e dei cittadini utenti del mezzo radiotelevisivo. L'*Autorità* stabilisce le regole per l'applicazione della legge sulla par condicio ed applica le sanzioni previste dalla stessa legge. Al fine di assicurare che le funzioni di controllo attribuite all'*Autorità* siano svolte in modo capillare, esistono anche i *Comitati regionali per le Comunicazioni (Co. Re. Com.)*, che affiancano l'*Autorità* nella gestione della propaganda elettorale demandata alle emittenti locali.

Il divieto di comunicazione istituzionale

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato a tutte le amministrazioni pubbliche svolgere attività di comunicazione, ad eccezione di quella effettuata in forma impersonale e che sia indispensabile per l'efficace assolvimento delle funzioni istituzionali. L'attività di comunicazione istituzionale delle amministrazioni in periodo pre-elettorale non deve sovrapporsi o interagire con l'attività di propaganda svolta dai partiti, dalle liste o dai candidati.

Soggetti destinatari del divieto

Il divieto di comunicazione istituzionale si applica a tutte le amministrazioni pubbliche. È riferito agli organi che rappresentano le singole amministrazioni e non ai soggetti che ricoprono cariche pubbliche. Questi ultimi, se candidati alle elezioni, possono svolgere attività di propaganda elettorale al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali.

Ambito oggettivo

Il divieto di comunicazione istituzionale riguarda la comunicazione concepita come mezzo di promozione dell'immagine della pubblica amministrazione o dei protagonisti della competizione elettorale. È invece consentita la comunicazione intesa come servizio necessario ai cittadini.

Sanzioni

In caso di accertata violazione del divieto di comunicazione istituzionale, l'*Autorità* (vedi parole chiave) adotta i provvedimenti ritenuti necessari al fine di ripristinare l'equilibrio nell'accesso alla comunicazione politica. La mancata ottemperanza all'ordine dell'*Autorità*, a sua volta, comporta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria. Le sanzioni esauriscono ogni conseguenza pregiudizievole nel procedimento elettorale cui sono riferite.

Riferimenti

Legge 22 febbraio 2000, n. 28, articolo 9.

La propaganda radiotelevisiva e a mezzo stampa

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, la trasmissione radiotelevisiva di messaggi di propaganda elettorale è ammessa esclusivamente secondo la disciplina prevista dalla legge sulla par condicio, che distingue fra comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione.

Anche la *Commissione* e l'*Autorità* (vedi parole chiave) dettano di anno in anno disposizioni regolamentari di cui devono tenere conto le emittenti radiotelevisive.

Comunicazione politica radiotelevisiva

La comunicazione politica radiotelevisiva è la diffusione sui mezzi radiotelevisivi di programmi contenenti opinioni e valutazioni politiche.

L'offerta di programmi di comunicazione politica radiotelevisiva è obbligatoria per la RAI e per le emittenti nazionali.

I programmi di comunicazione politica nel periodo della campagna elettorale sono di vario tipo: tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione in contraddittorio di candidati e di programmi politici, interviste e ogni altra forma che consenta il confronto tra le posizioni politiche e i candidati in competizione.

La partecipazione dei soggetti politici a queste "trasmissioni a contenuto politico" viene stabilita dalla *Commissione* e dall'*Autorità* secondo i seguenti criteri:

- a) per il tempo intercorrente tra la data di convocazione dei comizi elettorali e la data di presentazione delle candidature, gli spazi sono ripartiti tra i soggetti politici presenti nelle assemblee da rinnovare, nonché tra quelli diversi che siano presenti nel Parlamento europeo o in uno dei due rami del Parlamento;
- b) per il tempo intercorrente tra la data di presentazione delle candidature e la data di

chiusura della campagna elettorale, gli spazi sono ripartiti secondo il principio della pari opportunità tra le coalizioni che presentano un candidato alla presidenza della Regione, tra le forze politiche che presentano liste di candidati alla carica di consigliere regionale, in circoscrizioni che interessino almeno un quarto dell'elettorato regionale, e tra le forze politiche rappresentative di minoranze linguistiche riconosciute.

Nell'ambito delle trasmissioni per la comunicazione politica deve essere garantita la pari opportunità tra donne e uomini.



Messaggi politici autogestiti gratuiti e a pagamento

I messaggi politici autogestiti sono trasmissioni nelle quali i soggetti politici hanno la possibilità di incidere in forma diretta e autonoma sul contenuto comunicativo. In questi programmi il soggetto politico può quindi costruire un messaggio funzionale alle sue esigenze.

Anche per questa forma di comunicazione, dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, le modalità di svolgimento sono stabilite dalla *Commissione* e dall'*Autorità*.

L'*Autorità* regola il riparto degli spazi fra i soggetti politici a parità di condizioni, anche con riferimento alle fasce orarie di trasmissione, e fissa il numero complessivo dei messaggi da ripartire tra i soggetti politici richiedenti in ragione delle risorse disponibili in ciascuna

Regione, avvalendosi dei competenti Co.Re.Com. (vedi parole chiave).

La trasmissione di messaggi politici autogestiti gratuiti è obbligatoria per la RAI, facoltativa per le altre emittenti radiofoniche e televisive nazionali.

Le emittenti radiotelevisive locali, se accettano di trasmettere messaggi autogestiti a titolo gratuito, ricevono un rimborso da parte dello Stato. Le stesse emittenti locali possono diffondere messaggi politici autogestiti a pagamento. Per farlo devono praticare condizioni economiche uniformi a tutti i soggetti politici e dare notizia dell'offerta degli spazi radiotelevisivi mediante un avviso da trasmettere, almeno una volta al giorno nella fascia oraria di maggiore ascolto, per tre giorni consecutivi.

L'attività di informazione nel periodo elettorale

L'informazione non è mai "neutra". Per questo motivo il legislatore ha voluto creare dei meccanismi atti a garantire che tutte le trasmissioni televisive in periodo elettorale mantengano il necessario distacco ed equilibrio rispetto all'attualità politica.

Entro il 40° giorno antecedente la votazione, la *Commissione* e l'*Autorità* definiscono i criteri ai quali, fino alla chiusura delle operazioni di voto, devono conformarsi la RAI e le emittenti radiotelevisive private nazionali nei programmi di informazione, al fine di garantire la *par condicio*.

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, in qualunque trasmissione radiotelevisiva è vietato fornire, anche in forma indiretta, indicazioni di voto o manifestare le proprie preferenze di voto.

L'*Autorità* ha precisato che nelle trasmissioni informative in cui vengono trattate questioni relative alla competizione elettorale, le posizioni dei diversi soggetti politici devono essere rappresentate in modo corretto ed obiettivo, anche con riferimento alle pari opportunità fra i due sessi, evitando sproporzioni nei riferimenti

e nelle riprese tra i singoli competitori, ferma restando comunque la libertà di commento e di critica, tenendo distinte le informazioni dalle opinioni.

Nello stesso periodo, inoltre, nelle trasmissioni informative riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, amministratori pubblici in carica, deve essere limitata alla esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. La presenza dei medesimi soggetti è vietata in tutte le altre trasmissioni.

Messaggi politici elettorali su quotidiani e periodici

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla data delle elezioni, nei quotidiani e nei periodici sono ammesse soltanto le seguenti forme di messaggio politico elettorale:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze, discorsi;
- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi elettorali delle liste, dei gruppi di candidati e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto fra più candidati.

Gli editori di quotidiani e periodici che intendono diffondere questo tipo di messaggi devono darne notizia attraverso un apposito comunicato pubblicato sulla stessa testata interessata alla diffusione dei messaggi. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condizione per la diffusione dei messaggi politici elettorali.

Secondo le regole dettate dall'*Autorità*, questi messaggi devono essere riconoscibili, anche mediante specifica impaginazione, in spazi chiaramente evidenziati, secondo modalità uniformi per ciascuna testata e devono recare la dicitura "messaggio politico elettorale" con l'indicazione del soggetto committente. Queste regole non si applicano agli organi ufficiali di stampa dei partiti e dei movimenti politici.

Violazioni e relative sanzioni in materia di par condicio

VIOLAZIONE	SANZIONI
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di comunicazione politica radiotelevisiva.	L'Autorità ordina alle emittenti radiotelevisive la trasmissione di programmi di comunicazione politica con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalle violazioni.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di messaggi politici autogestiti.	L'Autorità ordina all'emittente interessata, oltre all'immediata sospensione delle trasmissioni programmate in violazione della legge, la messa a disposizione di spazi, a titolo gratuito, a favore dei soggetti danneggiati o illegittimamente esclusi, in modo da ripristinare l'equilibrio tra le forze politiche. Se del caso, ordina il ripristino degli equilibri tra gli spazi destinati ai messaggi e quelli destinati alla comunicazione politica gratuita.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di informazione nel periodo elettorale.	L'Autorità ordina all'emittente interessata la trasmissione di servizi di informazione elettorale con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalla violazione.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di propaganda su quotidiani e periodici.	L'Autorità ordina all'editore interessato la messa a disposizione di spazi di pubblicità elettorale compensativa in favore dei soggetti politici illegittimamente esclusi.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di sondaggi.	L'Autorità ordina all'emittente o all'editore interessato di dichiarare tale circostanza sul mezzo di comunicazione che ha diffuso il sondaggio, con il medesimo rilievo con cui i sondaggi sono stati pubblicizzati.

Riferimenti

Legge 28/2000; legge 10 dicembre 1993, n. 515; Decreto Ministro delle Comunicazioni 8 aprile 2004.

La propaganda mediante affissioni

Costituiscono affissioni di propaganda elettorale i manifesti e gli altri stampati di propaganda elettorale, compresi quelli che contengono avvisi di comizi o riunioni.

A partire dal 30° giorno antecedente la votazione, l'affissione del materiale di propaganda elettorale può avvenire solo negli appositi spazi (tabelloni elettorali).

In deroga a tale divieto, sono consentite le affissioni di giornali quotidiani o periodici nelle bacheche autorizzate poste in luogo pubblico, nonché l'affissione di manifesti ed altri stampati di propaganda elettorale nelle sedi dei partiti e dei comitati elettorali.

Individuazione degli spazi

La Giunta comunale individua gli spazi da destinare all'affissione in base alla popolazione, nel rispetto di questi parametri:

da 150 a 3.000 abitanti: almeno 1 e non più di 3;

da 3.001 a 10.000 abitanti: almeno 3 e non più di 5;

da 10.001 a 30.000 abitanti: almeno 5 e non più di 10;

da 30.001 a 100.000 abitanti: almeno 10 e non più di 25;

oltre 100.000 abitanti: almeno 25 e non più di 50.

Deve essere garantito in ogni centro abitato con più di 150 abitanti almeno uno spazio di propaganda elettorale. I tabelloni devono essere posizionati in modo che i manifesti siano ugualmente e chiaramente visibili dai cittadini.

Assegnazione degli spazi

Il Responsabile dell'Ufficio elettorale comunale delimita e ripartisce gli spazi di propaganda elettorale, entro due giorni dal ricevimento della comunicazione relativa alle candidature ammesse.

I tabelloni sono ripartiti in un numero di sezioni corrispondente a quello dei candidati alla carica di Sindaco e delle liste ammesse.

I singoli spazi, della misura di due metri di altezza per uno di base, sono assegnati a ciascun Sindaco e a ciascuna lista.

L'ordine di assegnazione dipende dal sorteggio effettuato in sede di ammissione delle candidature. Gli spazi assegnati alle liste seguono immediatamente la sezione assegnata al Sindaco cui sono collegate.

No propaganda indiretta

Non è prevista l'assegnazione di spazi ai c.d. "fiancheggiatori", ossia a soggetti che non partecipano direttamente alle elezioni.

Divieti

Dal momento dell'assegnazione degli spazi e fino alla chiusura della votazione, sono vietate:

- l'affissione di qualsiasi materiale di propaganda elettorale negli spazi destinati dai comuni alle normali affissioni a pagamento;
- l'affissione o l'esposizione di manifesti o altri stampati di propaganda elettorale in qualsiasi altro luogo pubblico o esposto al pubblico, salvo le deroghe previste per le sedi dei partiti, dei comitati elettorali e per i gazebo.



Riferimenti

Legge regionale 18 dicembre 2007, n. 28
articoli 71, 72, comma 2, 73.

Postazioni temporanee o mobili e sedi di comitati elettorali



La normativa elettorale consente l'allestimento di postazioni temporanee e mobili (c.d. gazebo) sulle quali è ammessa l'esposizione di materiale di propaganda elettorale. Dal 30° giorno antecedente la votazione, l'occupazione di spazi ed aree pubbliche a tale scopo può avvenire senza il pagamento della relativa tassa, purché l'area occupata non ecceda i 10 metri quadrati.

Anche nelle sedi dei comitati elettorali, allestite in via continuativa per l'intera durata della campagna elettorale, è consentita l'affissione di materiale di propaganda elettorale.

Per agevolare i controlli da parte delle forze dell'ordine, è opportuno che l'apertura dei comitati elettorali venga comunicata al Comune.

Riferimenti

Legge regionale 28/2007, articoli 71, comma 3 e 74, comma 3.

Le riunioni di propaganda elettorale e la propaganda sonora

I comizi e le riunioni

Forme tipiche di propaganda elettorale sono le riunioni elettorali e i comizi.

Dal 30° giorno antecedente la votazione, non è necessario dare avviso al Questore delle riunioni elettorali e dei comizi con i consueti tre giorni di anticipo previsti dalle leggi sulla pubblica sicurezza. I promotori devono però ottenere il nulla osta del Comune per l'occupazione del suolo pubblico (vie o piazze). Si ricorda che è possibile occupare per manifestazioni e comizi un'area di 10 mq senza pagare la tassa di occupazione del suolo pubblico.

Normalmente, i Comuni regolamentano l'utilizzo delle piazze cittadine garantendo la *par condicio* nell'utilizzo delle stesse.

La propaganda sonora

La propaganda elettorale può essere effettuata mediante altoparlante installato su mezzi mobili. La stessa è subordinata alla preventiva autorizzazione del Sindaco.

Nei trenta giorni antecedenti la votazione l'uso di altoparlanti su mezzi mobili è consentito soltanto per l'annuncio dell'ora e del luogo in cui si terranno i comizi e le riunioni di propaganda elettorale.



Riferimenti

Legge 24 aprile 1975, n. 130, articolo 7; Regio decreto 18 giugno 1931, n. 773 (T.U.L.P.S.); decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, articolo 59, comma 4.

Altre forme di propaganda tradizionale

Propaganda luminosa e propaganda mobile

Dal 30° giorno antecedente la votazione è vietata ogni forma di propaganda luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico; da questo divieto sono escluse le insegne delle sedi dei partiti e dei comitati elettorali.

È vietata anche la propaganda con mezzi mobili (auto o furgoni) dotati di apparecchiature luminose. È invece ammessa ogni forma di propaganda figurativa non luminosa eseguita con mezzi mobili.

I mezzi mobili, per non incorrere nel divieto di affissioni al di fuori degli appositi spazi, devono spostarsi continuamente, salvo le soste di servizio.



Volantinaggio

Sempre dal 30° giorno antecedente la votazione, è vietato il lancio (sparpagliare confusamente dall'alto) e il getto (buttar via in qualunque direzione) dei volantini di propaganda elettorale, sia in luogo pubblico (vie e piazze), con o senza l'ausilio di veicoli o aeromobili, sia in luogo aperto al pubblico (pubblici esercizi, cinema, teatri e simili). È ammessa, pertanto, la distribuzione a mano dei volantini che, con il consenso del gestore, possono anche essere lasciati ordinatamente nei pubblici esercizi.



Riferimenti

Legge regionale 28/2007, articolo 74, commi 1 e 2.

Nuove forme di propaganda elettorale: e-mail, internet, chiamate telefoniche e sms

Le nuove forme di propaganda elettorale via internet, e-mail, chiamate telefoniche, sms e mms non sono ancora state disciplinate dalla legge. Tuttavia il Garante per la protezione dei dati personali, a partire dal 2005, ha fornito delle indicazioni affinché l'utilizzo di tali mezzi di comunicazione avvenga nel rispetto della privacy.

Con provvedimento del 2014 il *Garante* ha confermato che partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico possono lecitamente utilizzare, senza uno specifico consenso degli interessati, i dati sensibili riferiti agli aderenti o ad altri soggetti che con gli stessi intrattengono contatti regolari per il perseguimento di scopi determinati e legittimi individuati, anzitutto, dall'atto costitutivo o dallo statuto.

È inoltre possibile utilizzare i dati personali degli elettori a fini di propaganda, prescindendo dal consenso degli interessati, quando gli stessi sono reperiti in una serie di elenchi pubblici (ad esempio le liste elettorali). In tale ipotesi partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico, dal 60° giorno antecedente il voto e sino al 60° giorno successivo, possono prescindere dal rendere l'informativa sulla privacy agli interessati. Ciò a condizione che nel materiale inviato sia chiaramente indicato un recapito (indirizzo postale, e-mail, eventualmente anche con rinvio a un sito web dove tali riferimenti siano facilmente individuabili) al quale l'interessato possa agevolmente rivolgersi per esercitare i propri diritti, quali, ad esempio, quello di rettificare i propri dati o di ottenerne la cancellazione.

Senza consenso informato non è invece lecito l'invio di messaggi, newsletter e altro materiale di propaganda quando si utilizzano dati raccolti automaticamente in internet, liste di abbonati ad un provider o dati raccolti per altre finalità (ad esempio: dati di iscritti ad associazioni a carattere non politico).

Quindi il Garante suddivide le forme di tutela della privacy a seconda che riguardino:

- 1) elenchi di dati personali detenuti da pubbliche amministrazioni utilizzabili per scopi di propaganda, sia pure con espressa cautele, quali ad esempio le liste elettorali e altri elenchi e registri pubblici;
- 2) elenchi non utilizzabili per i medesimi scopi, quali ad esempio gli archivi di stato civile, l'anagrafe dei residenti e le liste elettorali già utilizzate ai seggi;
- 3) dati utilizzabili solo previo consenso informato scritto, esplicito e preventivo, quali ad esempio elenchi telefonici, archivi informatici, ecc.

Il Garante prevede, infine, che decorsi i 60 giorni dal voto, partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico possono continuare a trattare (anche mediante mera conservazione) i dati personali raccolti per la campagna elettorale per esclusive finalità di propaganda elettorale e di connessa comunicazione politica, previa ulteriore informativa. In mancanza, devono cancellare o distruggere i dati.

Riferimenti

Provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali 6 marzo 2014.

Riassunto dei principali divieti in tema di propaganda elettorale

La piena libertà di utilizzo dei mezzi di comunicazione e propaganda si protrae sino al 45° giorno antecedente la votazione; dal 45° giorno in poi occorre tener conto di tutti i vincoli posti dal legislatore per garantire il rispetto della *par condicio*.

Divieti decorrenti dal 45° giorno antecedente il voto

A partire dal 45° giorno e sino alla chiusura della campagna elettorale, la comunicazione politica radiotelevisiva e la diffusione di messaggi di propaganda, pubblicità e comunicazione politica sono ammesse solo nelle forme stabilite dalla legge.

Risultano dalla medesima data vietate:

- a) le attività di comunicazione istituzionale per tutte le amministrazioni pubbliche;
- b) la presenza di candidati, esponenti politici, membri del Governo, delle Giunte e dei Consigli regionali e degli enti locali in tutte le trasmissioni giornalistiche informative in programmazione da parte di emittenti radiotelevisive nazionali, sempreché le stesse non siano limitate al solo scopo di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. Il divieto è generalizzato per la partecipazione a tutte le altre trasmissioni radiotelevisive. La comunicazione politica radiotelevisiva consentita si svolge nelle forme di tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione di candidati e programmi politici e interviste che consentano il confronto tra le diverse posizioni politiche;
- c) le indicazioni di voto e le manifestazioni delle proprie preferenze di voto, anche in forma indiretta, in qualunque trasmissione radiotelevisiva.

Sempre a decorrere dal 45° giorno, gli editori di quotidiani e periodici che intendono diffondere messaggi politici elettorali devono darne

comunicazione sulla propria testata per consentire l'accesso in condizioni di parità.

Risulta di conseguenza ammessa, sui quotidiani e periodici, solo la stampa di:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze e discorsi;
- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi dei gruppi, delle liste e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto tra più candidati.

Divieti decorrenti dal 30° giorno antecedente il voto

Dal 30° giorno antecedente la votazione, la propaganda elettorale è consentita solo nei limiti previsti dalle norme di legge. Risultano pertanto vietate:

- a) le affissioni fuori dagli spazi elettorali, salvo le deroghe per gazebo e comitati elettorali;
- b) la propaganda elettorale luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico;
- c) la propaganda luminosa mobile e il lancio o il getto di volantini.

Divieti decorrenti dal 15° giorno antecedente il voto

Dal 15° giorno antecedente la votazione inizia il periodo in cui è vietato rendere pubblici o diffondere i risultati di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori; il divieto si protrae sino alla conclusione delle operazioni di voto.

Divieti nel giorno antecedente il voto e in quelli di votazione

Nel giorno precedente e in quelli stabiliti per la votazione risultano vietati:

- a) la nuova affissione di manifesti e altri stampati di propaganda elettorale;

- b) la propaganda mobile figurativa e la distribuzione di volantini;
- c) i comizi e le riunioni di propaganda elettorale;
- d) la diffusione di trasmissioni radiotelevisive di propaganda.

Nei giorni della votazione sono comunque vietati:

- a) la diffusione di trasmissioni radiotelevisive di propaganda elettorale;
- b) la diffusione di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici degli elettori.

Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale

La normativa regionale elenca quali spese si considerano spese di propaganda elettorale e prescrive che entro trenta giorni dal termine della campagna elettorale, i candidati alla carica di Sindaco e le liste devono presentare un documento consuntivo delle spese sostenute.

Il documento consuntivo è pubblicato all'albo pretorio del Comune, dove viene data notizia anche dell'eventuale mancata presentazione del documento.

Pertanto non è necessaria alcuna dichiarazione preventiva delle spese per la campagna elettorale dei candidati alle elezioni comunali, né si applicano tetti di spesa per i Comuni con più di 15.000 abitanti.

Tutti i candidati devono però rispettare l'obbligo di dichiarazione dei finanziamenti o contributi ricevuti – anche sotto forma di messa a disposizione di servizi – di importo superiore a € 5.000,00. Tale dichiarazione deve essere resa congiuntamente dal candidato e da colui che ha erogato i finanziamenti, entro tre mesi dalla percezione degli stessi; la stessa può essere prodotta anche a mezzo di autocertificazione. La dichiarazione va presentata al Presidente della Camera dei Deputati.

Quest'obbligo non si applica nel caso di finanziamenti direttamente concessi da istituti di credito o da aziende bancarie alle condizioni fissate dagli accordi interbancari.

L'inadempimento dell'obbligo è punito con una multa da due a sei volte l'ammontare non dichiarato e con la pena accessoria dell'interdizione temporanea dai pubblici uffici.

È, infine, applicabile ai partiti o alle loro articolazioni politico-organizzative, il divieto di ricevere finanziamenti o contributi, sotto qualsiasi forma e in qualsiasi modo, da parte di organi della pubblica amministrazione, di enti pubblici, di società con partecipazione di capitale pubblico superiore al 20% o di società controllate da queste ultime o società con partecipazione di capitale pubblico pari o inferiore al 20 per cento, ove tale partecipazione assicuri comunque al soggetto pubblico il controllo della società.

Il divieto non si applica alle società diverse da quelle sopraccitate, purché i finanziamenti o contributi siano stati deliberati dall'organo sociale competente e regolarmente iscritti in bilancio e sempreché non siano comunque vietati dalla legge.

La violazione del predetto divieto è punita con la multa fino al triplo delle somme versate in violazione del divieto stesso.

Riferimenti

Legge 18 novembre 1981, n. 659, articolo 4; legge 2 maggio 1974, n. 195, articolo 7; legge regionale 5 dicembre 2013, n. 19, articolo 78.

Agevolazioni tariffarie e fiscali per i candidati

Lo Stato viene incontro ai candidati e ai partiti e gruppi politici con forme di finanziamento indiretto, riconoscendo alcune agevolazioni tariffarie e fiscali.

Agevolazioni fiscali per il materiale tipografico

Per il materiale tipografico, per l'acquisto di spazi di affissione, di comunicazione politica radiotelevisiva, di messaggi politici ed elettorali su quotidiani, periodici e siti web, per l'affitto dei locali e per gli allestimenti e i servizi connessi a manifestazioni attinenti la campagna elettorale, commissionati dai partiti e dai movimenti, dalle liste di candidati e dai candidati, si applica l'aliquota agevolata dell'IVA al 4 %. Ciò a partire dal 90° giorno antecedente la votazione.

Occupazioni di suolo pubblico

Gli organizzatori di manifestazioni o iniziative di carattere politico sono esonerati dall'obbligo del pagamento della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, purché l'area occupata non ecceda i 10 metri quadrati.

Esenzione dal diritto sulle pubbliche affissioni

I manifesti relativi ad adempimenti di legge in materia elettorale sono esenti dal pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni.

Locali a disposizione per conferenze e dibattiti

Dal 45° giorno antecedente la votazione, i comuni, in base alle proprie norme regolamentari, sono tenuti a mettere a disposizione dei partiti e dei gruppi politici i locali di proprietà già predisposti per conferenze e dibattiti.

Riferimenti

Legge 28 dicembre 1995, n. 549, articolo 3, comma 67; decreto legislativo 15 novembre 1993, n. 507, articolo 21; legge regionale 5 dicembre 2013, n. 19, articolo 79 e decreto legge 24 aprile 2014, n. 66, articolo 18.

F.A.Q. – Domande frequenti

Divieto di comunicazione istituzionale

A chi si applica il divieto di comunicazione istituzionale?

A tutte le pubbliche amministrazioni, intendendo con ciò gli organi che le rappresentano nell'esercizio delle loro funzioni istituzionali (es: Sindaco, Assessore, Giunta comunale, ecc.). Gli amministratori, se candidati alle elezioni, possono svolgere attività di propaganda elettorale al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali.

Quali sono le attività vietate e quali quelle consentite dalla decorrenza del divieto di comunicazione istituzionale?

È vietata ogni attività di comunicazione che integra forme di propaganda surrettizia. Sono vietate le attività informative dirette a proporre un'immagine positiva dell'Ente o ad enfatizzarne i meriti. Sono invece consentite tutte le attività di comunicazione che rivestono il requisito dell'indispensabilità e dell'impersonalità.

La cerimonia di premiazione di un concorso di idee rivolto agli studenti rientra tra le attività vietate in periodo di divieto di comunicazione istituzionale?

No, perché si tratta di una cerimonia legata a studi estranei alla vicenda elettorale, sempreché non venga utilizzata dagli amministratori in carica come forma indiretta di propaganda elettorale.

Si può inviare alle famiglie il cosiddetto bilancio di fine mandato ovvero un opuscolo che descrive l'attività dell'Amministrazione uscente?

No, trattandosi di opuscoli che tendono a proporre un'immagine positiva dell'Ente e ne enfatizzano i meriti.

Il Comune può patrocinare un'iniziativa promossa da altri, ad esempio da un'associazione?

Sì, se la presenza alla manifestazione si limita ad un impersonale saluto da parte dell'Amministratore in carica e, in generale, l'intervento dell'Amministrazione pubblica si limita al patrocinio di un'iniziativa che fa capo ad un soggetto diverso.

Propaganda radiotelevisiva e a mezzo carta stampata

Come si svolge la comunicazione politica radio-televisiva in regime di par condicio?

Nelle forme delle tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione di candidati e programmi politici ed interviste che consentano il confronto tra le posizioni politiche e i candidati.

Che tipo di propaganda/pubblicità elettorale è possibile effettuare avvalendosi delle emittenti radio-televisive locali?

Le emittenti locali possono trasmettere messaggi politici a pagamento e messaggi politici autogestiti a titolo gratuito per la presentazione di liste o programmi.

Dove è possibile trovare i modelli MAG (messaggi politici autogestiti gratuiti) che servono per l'autorizzazione alla pubblicità radiotelevisiva?

Sul sito del Co.Re.Com. all'indirizzo www.corecomfvg.it cliccando sulla voce "par condicio".

Che tipo di propaganda/pubblicità elettorale è possibile stampare su quotidiani e periodici?

È consentita la stampa di:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze e discorsi;

- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi dei gruppi, delle liste e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto tra più candidati.

Da quando non è più possibile diffondere i risultati di sondaggi elettorali?

Dal 15° giorno antecedente la votazione e sino alla conclusione delle operazioni di voto.

Propaganda mediante affissioni

Da quando si applica il divieto di affissione al di fuori dagli appositi spazi a ciò destinati dal Comune?

Il divieto si applica dal 30° giorno antecedente la votazione. Da tale data sono vietate tutte le affissioni fuori dagli appositi spazi.

A chi spettano gli spazi di propaganda diretta?

Al candidato Sindaco e a ciascuna delle liste a lui collegate.

Con quale ordine sono assegnati gli spazi di propaganda?

Viene seguito l'ordine dei sorteggi effettuati dagli uffici competenti all'ammissione delle candidature. Quindi l'ordine di affissione è il medesimo con cui i candidati e le liste, con i relativi contrassegni, appaiono sulle schede elettorali.

Si possono affiggere manifesti giganti sugli spazi elettorali?

Sì, è consentita l'affissione di manifesti giganti intesi come manifesti che vanno a coprire le sezioni assegnate al candidato Sindaco e alle diverse liste che lo appoggiano. Ciò è possibile in quanto i divieti normativi di cessione o scambio di spazi non si riferiscono a situazioni in cui c'è un accordo interno alla coalizione per l'affissione del manifesto gigante.

Si può affiggere uno striscione su un balcone/terrazza di proprietà privata o all'esterno di un pubblico esercizio o negozio di cui si è titolari?

No, perché dal 30° giorno antecedente la votazione è vietata qualsiasi affissione fuori dagli appositi spazi.

Sul materiale di propaganda elettorale - cosiddetti "santini", lettere e cartoline agli elettori - cosa va indicato?

Va indicata la tipografia che provvede alla stampa (le tipografie normalmente provvedono a tale adempimento) e il committente responsabile.

Chi è il committente responsabile e come va indicato sul materiale propagandistico?

Il committente responsabile è colui che commissiona la stampa del materiale e ne è responsabile. Può essere il candidato cui il materiale si riferisce o un'altra persona. Sul materiale va sempre scritto almeno "committente" seguito dal nome e cognome dello stesso.

Può essere committente responsabile il candidato sindaco?

Sì, nessuna norma lo vieta.

Chi risponde della propaganda abusiva?

Della propaganda abusiva risponde il committente responsabile, salvo che dimostri che chi ha materialmente affisso fuori dagli spazi lo ha fatto contro la sua espressa volontà.

Chi è obbligato a rifondere al Comune le spese di defissione della propaganda abusiva?

Le spese sostenute dal Comune per la defissione sono a carico in solido dell'esecutore materiale e del committente responsabile.

Un manifesto o volantino che annuncia una bicchierata di fine campagna elettorale si può affiggere liberamente fuori dagli spazi?

No, va affisso solo negli spazi destinati alla propaganda elettorale. Infatti, in tali spazi si affiggono, oltre ai manifesti, anche gli avvisi di comizi, riunioni e assemblee a scopo elettorale.

Si possono affiggere manifesti elettorali sulle vetrine di negozi utilizzati come sedi dei comitati elettorali?

Si, è consentita l'affissione di manifesti e di altri stampati di propaganda elettorale nelle sedi dei partiti e dei comitati elettorali, anche se visibili dall'esterno.

Si possono affiggere in bacheche esposte al pubblico comunicati o scritti relativi alla campagna elettorale?

No, le affissioni possono essere fatte solo negli appositi spazi. Nelle bacheche di partiti o gruppi politici, associazioni sindacali o giovanili, editori di giornali o periodici, poste in luogo pubblico o esposte al pubblico, è ammessa solo l'affissione di quotidiani e periodici.

Si possono appoggiare i volantini di propaganda elettorale sui tavoli dei bar o presso altri esercizi commerciali, previo consenso del gestore?

Si, in quanto tale attività non si configura come lancio o getto di volantini, che invece è espressamente vietata.

Si può fare domanda per l'assegnazione di spazi di propaganda indiretta?

No, la propaganda indiretta non è più prevista.

Riunioni di propaganda elettorale

Da quando i comizi elettorali non devono più essere autorizzati dal Questore?

Dal 30° giorno antecedente la votazione.

Quanto suolo pubblico si può utilizzare gratuitamente per manifestazioni e comizi?

Si può occupare un'area di 10 mq senza pagare la tassa per l'occupazione del suolo pubblico.

Il Comune può rifiutare l'utilizzo di una sala comunale per una riunione di propaganda elettorale?

No, il Comune, anche in assenza di esplicite previsioni regolamentari, deve consentire l'utilizzo delle sale di cui disponga per le riunioni

elettorali. Ciò nel rispetto della *par condicio*, per cui le sale devono essere concesse a rotazione a tutti coloro che le chiedono. Il Comune può richiedere un rimborso spese.

Propaganda luminosa, figurativa e mobile

Da quando si applica la disciplina della propaganda luminosa e figurativa e quali divieti comporta?

La disciplina della propaganda luminosa e figurativa si applica dal 30° giorno antecedente la votazione. Da tale data sono vietate:

- la propaganda luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico;
- la propaganda luminosa mobile;
- il lancio e il getto di volantini.

Le autovetture utilizzate per la propaganda mobile possono utilizzare altoparlanti ed eventualmente sostare?

L'utilizzo di altoparlanti è consentito solo per l'annuncio di comizi e dibattiti, all'interno degli orari indicati dai Comuni o dalle Prefetture (si consiglia di prendere informazioni in merito presso il Comune o presso la Prefettura se si intende utilizzare l'altoparlante sul territorio di più Comuni).

La sosta deve essere funzionale all'utilizzo del mezzo e pertanto contenuta entro brevissimi lassi di tempo. Non è possibile, ad esempio, sostare in una piazza o via per l'intera mattinata in cui si svolge il mercato cittadino.

Ci sono dei limiti nell'utilizzo dei gazebo durante la campagna elettorale?

No, non ci sono limiti. I gazebo possono essere utilizzati per un più agevole esercizio della propaganda e sugli stessi è ammessa l'esposizione di materiali di propaganda elettorale, ferma restando la disciplina sull'occupazione degli spazi pubblici.

Silenzio elettorale

Che cos'è il silenzio elettorale?

È il divieto di svolgere forme di propaganda elettorale nel giorno antecedente e nel giorno della votazione. In particolare, il divieto riguarda le nuove affissioni, lo svolgimento di comizi e riunioni di propaganda elettorale, la propaganda figurativa mobile e la distribuzione di volantini.

Da quando decorre il silenzio elettorale?

Dalla mezzanotte del venerdì antecedente la votazione.

Sino a quando si può fare il comizio di chiusura della campagna elettorale?

Sino alla serata del venerdì antecedente la votazione, entro le ore 24.00.

Spese di campagna elettorale

Ci sono tetti di spesa per le elezioni comunali?

No. L'unico obbligo previsto per i candidati Sindaco e le liste è quello di presentare entro trenta giorni dal termine della campagna elettorale un consuntivo delle spese sostenute per la propaganda elettorale.

È obbligatorio nominare il mandatario elettorale?

No, non essendoci tetti di spesa non è previsto il mandatario.