

## COMUNICAZIONI

**Missioni vaevoli  
nella seduta del 2 febbraio 2000.**

Angelini, Berlinguer, Bindi, Bordon, Calzolaio, Cananzi, Cimadoro, Corleone, D'Alema, D'Amico, Danese, De Franciscis, Di Capua, Diliberto, Di Nardo, Dini, Fabris, Fassino, Gambale, Ladu, Li Calzi, Macca-nico, Maggi, Mangiacavallo, Matranga, Mattarella, Mattioli, Melograni, Micheli, Morgando, Rivera, Scoca, Sica, Solaroli, Turco, Valletto Bitelli, Armando Veneto, Vigneri, Visco.

*(Alla ripresa pomeridiana della seduta).*

Angelini, Berlinguer, Bindi, Bordon, Calzolaio, Cimadoro, Corleone, D'Alema, D'Amico, Danese, De Franciscis, Detomas, Diliberto, Di Nardo, Dini, Fabris, Fassino, Iacobellis, Maccanico, Maggi, Mangiacavallo, Matranga, Mattarella, Mattioli, Melograni, Micheli, Mitolo, Morgando, Olivieri, Rizzi, Scoca, Sica, Solaroli, Turco, Valetto Bitelli, Vigneri, Visco.

**Annuncio di proposte di legge.**

In data 1° febbraio 2000 sono state presentate alla Presidenza le seguenti proposte di legge d'iniziativa dei deputati:

DOMENICO IZZO: « Disposizioni in materia di etichettatura del pane tradizionale italiano » (6721);

BERTINOTTI ed altri: « Norme per l'istituzione della retribuzione sociale » (6722);

BERTINOTTI ed altri: « Norme in materia di conflitti di interesse » (6723);

DI BISCEGLIE: « Concessione di un riconoscimento ai congiunti degli infoibati » (6724);

ABATERUSSO ed altri: « Attribuzione della competenza in tema di contributi di bonifica al giudice di pace » (6725);

PECORARO SCANIO: « Disposizioni per la modernizzazione del settore agricolo » (6726).

Saranno stampate e distribuite.

**Richiesta ministeriale di parere  
parlamentare.**

Il ministro dell'ambiente, con lettera in data 1° febbraio 2000, ha trasmesso, ai sensi dell'articolo 1, comma 40, della legge 28 dicembre 1995, n. 549, la richiesta di parere parlamentare sullo schema di decreto ministeriale per il riparto dello stanziamento di competenza dello stato di previsione della spesa del Ministero dell'ambiente per l'anno finanziario 2000, relativo a contributi da erogare ad enti, istituti, associazioni, fondazioni ed altri organismi.

Tale richiesta è deferita, ai sensi del comma 4 dell'articolo 143 del regolamento, alla VIII Commissione (Ambiente).

**Atti di controllo e di indirizzo.**

Gli atti di controllo e di indirizzo presentati sono pubblicati nell'*Allegato B* al resoconto della seduta odierna.

**ERRATA CORRIGE**

Nell'*Allegato A* al resoconto della seduta del 1° febbraio 2000, pagina 4, prima colonna, trentasettesima riga, il numero (6825) è sostituito dal numero (6285).

**DISEGNO DI LEGGE: S. 4197 — DISPOSIZIONI PER LA PARITÀ DI ACCESSO AI MEZZI DI INFORMAZIONE DURANTE LE CAMPAGNE ELETTORALI E REFERENDARIE E PER LA COMUNICAZIONE POLITICA (APPROVATO DAL SENATO) (6483) E ABBINATE PROPOSTE DI LEGGE: BOATO; GIOVANARDI; ROSSETTO; COMINO ED ALTRI; VOLONTÈ ED ALTRI; PAISSAN; FOLLINI; PECORARO SCANIO; BERTINOTTI ED ALTRI; CALDERISI ED ALTRI (2323-3485-3659-5562-5662-6244-6353-6354-6393-6533)**

**(A.C. 6483 - sezione 1)**

ARTICOLO 1 DEL DISEGNO DI LEGGE  
NEL TESTO DELLA COMMISSIONE  
IDENTICO A QUELLO APPROVATO DAL  
SENATO

ART. 1.

*(Ambito di applicazione).*

1. La presente legge promuove e disciplina, al fine di garantire la parità di trattamento e l'imparzialità rispetto a tutti i soggetti politici, l'accesso ai mezzi di informazione per la comunicazione politica.

2. La presente legge promuove e disciplina altresì, allo stesso fine, l'accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica, dei rappresentanti italiani al Parlamento europeo, dei consigli delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale, delle province autonome di Trento e di Bolzano, dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia, nonché per ogni *referendum*.

EMENDAMENTI PRESENTATI ALL'ARTICOLO 1 DEL DISEGNO DI LEGGE

ART. 1.

*(Ambito di applicazione).*

*Sopprimerlo.*

\* **1. 295.** Romani.

*Sopprimerlo.*

\* **1. 100.** Garra.

*Sostituirlo con il seguente:*

ART. 1.

*(Ambito di applicazione).*

1. Al fine di garantire, nel rispetto degli articoli 3, 21, 41, 48, 49, 51 e 97 della Costituzione, la parità di trattamento e l'imparzialità dei mezzi di informazione, la presente legge disciplina le modalità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa durante lo svolgimento delle campagne elettorali per l'elezione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica delle formazioni politiche che hanno presentato candidature comuni nei collegi uninominali, dei partiti e dei movimenti

politici presenti con un proprio contrassegno, dei candidati.

2. Le disposizioni della presente legge si applicano altresì alle campagne elettorali per le elezioni dei rappresentanti italiani al Parlamento europeo, per le elezioni dei consigli delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale, delle province autonome di Trento e di Bolzano, dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia, nonché alle campagne per i referendum previsti dalla Costituzione.

3. Agli effetti della presente legge si intendono per mezzi di comunicazione di massa i quotidiani, i periodici, le reti del servizio pubblico radiotelevisivo, le emittenti che esercitano, in qualunque ambito, attività di radiodiffusione, sonora o televisiva, via etere, via cavo o via satellite.

**Testo alternativo del relatore di minoranza, on. Armaroli**

*Sostituirlo con il seguente:*

ART. 1.

*(Ambito di applicazione).*

1. La presente legge disciplina l'uso dei messaggi pubblicitari per la comunicazione politica al fine di garantire a tutti i soggetti politici eque possibilità di accesso ai mezzi di informazione radiotelevisiva.

2. La presente legge non si applica alla pubblicità elettorale trasmessa da emittenti radiotelevisive locali o attraverso reti telematiche.

**Testo alternativo del relatore di minoranza, on. Follini.**

*Sostituire gli articoli da 1 a 11 con il seguente:*

ART. 1.

*(Ambito di applicazione).*

1. Al fine di garantire, nel rispetto degli articoli 3, 21, 41, 48, 49, 51 e 97 della

Costituzione, la parità di trattamento e l'imparzialità dei mezzi di informazione, la presente legge disciplina le modalità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa durante lo svolgimento delle campagne elettorali per l'elezione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica delle formazioni politiche che hanno presentato candidature comuni nei collegi uninominali, dei partiti e dei movimenti politici presenti con un proprio contrassegno, dei candidati.

2. Le disposizioni della presente legge si applicano altresì alle campagne elettorali per le elezioni dei rappresentanti italiani al Parlamento europeo, per le elezioni dei consigli delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale, delle province autonome di Trento e di Bolzano, dei consigli comunali e provinciali, del sindaco e del presidente della provincia, nonché alle campagne per i referendum previsti dalla Costituzione.

3. Agli effetti della presente legge si intendono per mezzi di comunicazione di massa i quotidiani, i periodici, le reti del servizio pubblico radiotelevisivo, le emittenti che esercitano, in qualunque ambito, attività di radiodiffusione, sonora o televisiva, via etere, via cavo o via satellite.

ART. 2.

*(Propaganda elettorale).*

1. Per propaganda elettorale si intende l'esposizione, sulla stampa e nelle trasmissioni radiotelevisive, delle caratteristiche soggettive e oggettive, delle linee e dei programmi generali e specifici delle formazioni politiche, dei partiti e dei movimenti politici, dei singoli candidati.

2. A decorrere dal trentesimo giorno e fino a tutto il penultimo giorno prima della data delle elezioni la propaganda elettorale è effettuata, in forma gratuita e con parità di accesso e di condizioni, sulla stampa, nelle reti radiotelevisive pubbliche e nelle emittenti radiotelevisive private a diffusione nazionale e locale. Costituiscono forme di propaganda le tribune politiche, i

dibattiti, le tavole rotonde, le conferenze, i discorsi, le presentazioni dei candidati e dei programmi delle formazioni, dei partiti e dei movimenti politici, i contraddittori, i « fili diretti » e relativi annunci.

3. Per quanto riguarda le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica, i tempi di propaganda di cui al comma 2 sono così suddivisi:

a) per il 75 per cento del tempo disponibile, tra le formazioni politiche che hanno presentato, con uno o più contrassegni comuni, candidature in almeno quattro quinti dei collegi uninominali relativamente ad almeno la metà delle circoscrizioni elettorali, sia alla Camera dei deputati che al Senato della Repubblica; tali tempi sono suddivisi tra le diverse formazioni politiche secondo un criterio proporzionale in relazione al numero delle candidature presentate; la ripartizione dei tempi all'interno delle formazioni politiche è stabilita mediante accordi interni;

b) per il 25 per cento la ripartizione viene effettuata tra tutti i partiti e movimenti politici che hanno presentato liste con proprio contrassegno in almeno la metà delle circoscrizioni elettorali; tali tempi sono distribuiti secondo un criterio proporzionale al numero delle circoscrizioni in cui sono state presentate le liste stesse.

4. Per le campagne elettorali diverse da quelle di cui al comma 3, i tempi di propaganda di cui al comma 2 sono così suddivisi:

a) per quanto riguarda le elezioni dei rappresentanti italiani al Parlamento europeo si applica il criterio di cui al comma 3, lettera b);

b) per quanto riguarda le elezioni regionali e il primo turno delle elezioni comunali e provinciali, il 75 per cento del tempo disponibile è distribuito tra le formazioni politiche che hanno presentato candidati alla carica di presidente della regione, di sindaco, di presidente della provincia; il 25 per cento del tempo di-

sponibile è distribuito tra tutti i partiti e i movimenti politici che hanno presentato liste con proprio contrassegno;

c) per quanto riguarda il secondo turno delle elezioni comunali e provinciali e i *referendum*, il tempo disponibile è ripartito a metà tra i sostenitori delle due candidature contrapposte e tra i sostenitori delle opposte indicazioni di voto; fra i sostenitori della proposta referendaria, adeguati spazi sono riconosciuti ai comitati promotori.

5. La presentazione dei programmi e dei *leaders* delle formazioni, dei partiti e dei movimenti politici è consentita gratuitamente sulle reti radiotelevisive pubbliche e, anche a pagamento, sulle emittenti radiotelevisive private nazionali e locali, in forma breve, nonché sulla stampa; tali spazi sono offerti riconoscendo a tutti i richiedenti parità di trattamento e le migliori condizioni praticate ad alcuno di essi. Si applica la disciplina di cui all'articolo 3, commi 4, 5, 6 e 7.

6. Nel rispetto dei principi della parità di trattamento e della applicazione delle condizioni di miglior favore a tutti i richiedenti e nell'ambito dei tetti di spesa di cui agli articoli 7 e 11 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, per il periodo di cui al comma 2 del presente articolo, è consentita la propaganda elettorale, anche a pagamento, nelle emittenti locali e sulla stampa dei candidati e delle formazioni, partiti e movimenti politici.

7. Nelle emittenti radiotelevisive private nazionali e locali, gli spazi di propaganda a pagamento e di pubblicità non possono mai essere superiori alla metà degli spazi di propaganda gratuita.

8. Le emittenti radiotelevisive private nazionali e locali, la stampa quotidiana e periodica rendono pubblica, entro quattro giorni dalla data di presentazione delle liste, la loro disponibilità a concedere spazi di propaganda gratuita e a pagamento. Le modalità della comunicazione e i criteri dell'offerta sono determinati ai sensi dell'articolo 4.

9. Agli spazi di propaganda elettorale sono dedicate specifiche collocazioni rico-

noscibili ed autonome all'interno della testata edita e della programmazione, precisando altresì se si tratta di propaganda gratuita o a pagamento.

ART. 3.

(Pubblicità elettorale).

1. Per pubblicità elettorale si intendono i messaggi brevi diffusi attraverso inserzioni sulla stampa o *spot* radiotelevisivi di durata non superiore a quarantacinque secondi contenenti inviti al voto, *slogan*, esortazioni, consigli o suggerimenti atti a determinare l'orientamento degli elettori a favore delle formazioni o dei partiti e movimenti politici presenti alle elezioni o a favore di singoli candidati.

2. Sono vietate la pubblicità e la propaganda atte a diffondere, attraverso prospettazioni non veritiere, false informazioni sui competitori. Non sono ammesse forme di pubblicità elettorale clandestina o subliminale, né sponsorizzazioni di programmi da parte di formazioni, partiti o movimenti politici o di singoli candidati. La pubblicità e la propaganda elettorali non devono:

- a) vilipendere la dignità umana;
- b) comportare discriminazioni di razza, sesso o nazionalità;
- c) offendere convinzioni religiose o politiche;
- d) indurre a comportamenti pregiudizievoli per la salute o la sicurezza;
- e) indurre a comportamenti pregiudizievoli per la protezione dell'ambiente.

3. A decorrere dal trentesimo giorno e fino a tutto il penultimo giorno precedente lo svolgimento delle elezioni la pubblicità elettorale è disciplinata secondo le modalità previste dalla presente legge; ad essa non si applicano le disposizioni vigenti in materia di pubblicità commerciale.

4. Il totale giornaliero delle ore di trasmissione di pubblicità elettorale non può superare il 3 per cento della programma-

zione giornaliera complessiva delle emittenti radiotelevisive nazionali e locali. L'affollamento pubblicitario elettorale, nelle emittenti nazionali e locali, non può comunque oltrepassare il 6 per cento orario. Per la stampa nazionale e locale i limiti di affollamento si intendono fissati nel senso che la pubblicità elettorale non può superare il 10 per cento dello spazio complessivo. La trasmissione e la pubblicazione di messaggi pubblicitari elettorali non rientrano nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dalla legislazione vigente.

5. Sulle reti radiotelevisive pubbliche gli spazi di pubblicità, nei limiti di cui al comma 4, sono offerti gratuitamente; la distribuzione di tali spazi è effettuata secondo i criteri di cui all'articolo 2, commi 3 e 4.

6. Gli spazi di pubblicità elettorale sulla stampa e nelle emittenti private nazionali e locali sono offerti a pagamento, a condizioni di parità di trattamento e garantendo a tutti i richiedenti le condizioni economiche di miglior favore praticate ad alcuno di essi.

7. Nelle emittenti radiotelevisive del servizio pubblico e in quelle private nazionali è consentita soltanto la pubblicità elettorale che contenga l'esposizione di elementi attinenti alla denominazione, al contrassegno, al programma e ai *leader* delle formazioni e dei partiti politici che abbiano presentato proprie candidature e liste; qualora le richieste, calcolate su base giornaliera, raggiungano il tetto di cui al comma 4, la distribuzione degli spazi pubblicitari è effettuata secondo i criteri di cui all'articolo 2, commi 3 e 4.

8. Nelle emittenti locali e sulla stampa è consentita, sempre a pagamento, a condizioni di parità di trattamento e praticando a tutti i richiedenti le condizioni di miglior favore praticate ad alcuno di essi, secondo le modalità di cui all'articolo 4, anche la pubblicità elettorale per i candidati che si presentano nei collegi uninominali e nelle circoscrizioni elettorali; qualora le richieste, calcolate su base giornaliera, raggiungano il tetto di cui al comma

4, la distribuzione degli spazi pubblicitari è effettuata secondo i criteri di cui all'articolo 2, commi 3 e 4.

9. Gli spazi di pubblicità di cui ai commi 7 e 8 possono essere offerti solo dalle emittenti che hanno offerto spazi di propaganda gratuiti, ai sensi dell'articolo 2.

10. Le emittenti radiotelevisive private nazionali e locali, la stampa quotidiana e periodica rendono pubblica, con le modalità di cui all'articolo 4, entro quattro giorni dalla data di presentazione delle liste elettorali, la loro disponibilità ad offrire spazi di pubblicità, ai sensi delle disposizioni del presente articolo.

11. Le inserzioni e gli *spot* di pubblicità elettorale sono pubblicati o trasmessi in modo distinto rispetto agli altri messaggi pubblicitari, recando l'apposita scritta « pubblicità elettorale ».

#### ART. 4.

*(Criteri per l'offerta e la diffusione della propaganda e della pubblicità).*

1. Le emittenti radiotelevisive private nazionali e locali e la stampa, entro quattro giorni dalla data di presentazione delle liste elettorali, disciplinano e portano a conoscenza del pubblico sulle testate edite o nell'ambito della programmazione radiotelevisiva i criteri di offerta di spazi di propaganda e pubblicità, di raccolta delle richieste, con cadenza non superiore alla settimana, anche tramite le concessionarie di pubblicità, di trasmissione e di pubblicazione della pubblicità e della propaganda, con particolare riferimento alla applicazione a tutti i richiedenti delle condizioni di miglior favore attribuite ad alcuno di essi, alle fasce orarie degli *spot*, alla collocazione della propaganda e dei messaggi pubblicitari.

#### ART. 5.

*(Regole generali attinenti alla disciplina dell'informazione elettorale. Diritto di rettifica).*

1. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di seguito denominata « Au-

torità garante », vigila sul rispetto dell'imparzialità, della completezza e della correttezza dell'informazione elettorale e della parità di trattamento dei candidati e delle formazioni politiche da parte dei mezzi di comunicazione di massa durante la campagna elettorale; può indirizzare raccomandazioni alle emittenti radiotelevisive private nazionali e locali e alla stampa quotidiana e periodica al fine di richiamare al rispetto dei principi della presente legge.

2. Per informazione elettorale si intende ogni servizio giornalistico, o di informazione, attinente alla campagna elettorale ed alle formazioni politiche, ai partiti o movimenti politici, nonché ai singoli candidati, diffuso attraverso telegiornali, giornali radio, servizi informativi di rete o di testata, stampa quotidiana e periodica.

3. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto i mezzi di comunicazione di massa devono osservare, nel complesso dei servizi e dei programmi di informazione elettorale, la completezza e l'imparzialità dell'informazione, in particolare distinguendo le informazioni dalle opinioni dei commentatori.

4. Le trasmissioni di intrattenimento su argomenti economici, sociali e politici, organizzate con la presenza di candidati o di esponenti di formazioni, partiti e movimenti politici, ospiti ed eventuale pubblico, sono programmate e condotte nel rispetto dei principi di imparzialità, completezza e correttezza dell'informazione. Tali trasmissioni sono ammesse negli ultimi cinque giorni dalla campagna elettorale soltanto a condizione che ad esse siano invitati, a condizioni paritarie, i rappresentanti delle formazioni politiche di cui all'articolo 2, comma 3, lettera a).

5. È vietato ai registi, ai conduttori ed agli ospiti dei programmi di fornire, nel contesto di questi, indicazioni di voto o di manifestare le proprie preferenze di voto.

6. Nei programmi radiotelevisivi diversi da quelli di propaganda, pubblicità ed informazione elettorali e di quelli di cui al

comma 4, la presenza di esponenti politici è vietata. Non si considera presenza in trasmissione la ripresa di esponenti politici nel corso di una telecronaca o di un programma di intrattenimento ove tale ripresa sia occasionale, non ripetuta e tecnicamente non evitabile senza pregiudizio dell'integrità della trasmissione e comunque rimangano esclusi interventi personali o citazioni dei soggetti medesimi.

7. Le formazioni politiche, i partiti e movimenti politici, i candidati, qualora si ritengano lesi da informazioni contrarie a verità, hanno diritto di chiedere alle testate giornalistiche, alle reti radiotelevisive pubbliche o alle emittenti radiotelevisive private che sia trasmessa apposita rettifica, purché quest'ultima non abbia contenuto che possa dare luogo a responsabilità penali. La rettifica è effettuata entro ventiquattro ore dalla ricezione della relativa richiesta, in fascia oraria o collocazione e con il rilievo corrispondenti a quelli della trasmissione o della pubblicazione che ha dato origine alla lesione degli interessi. Fatta salva la competenza dell'autorità giudiziaria ordinaria a tutela dei diritti soggettivi, qualora l'editore o l'emittente non dia corso alla richiesta di rettifica, il soggetto interessato sottopone entro tre giorni la questione all'Autorità garante, che si pronuncia nel termine di due giorni. Se l'Autorità garante ritiene fondata la richiesta di rettifica, quest'ultima, preceduta dall'indicazione della pronuncia dell'Autorità garante stessa, deve essere trasmessa entro le ventiquattro ore successive alla pronuncia medesima. In relazione ai periodici i termini si intendono riferiti alla prima edizione successiva al decorso dei termini stessi.

#### ART. 6.

##### *(Divieto di propaganda istituzionale).*

1. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è fatto divieto a tutte le pubbliche amministrazioni di svolgere attività di propaganda o di trasmettere mes-

saggi pubblicitari, comunque in grado di influenzare il comportamento degli elettori. Tale divieto è relativo anche alle attività inerenti alle attività istituzionali delle pubbliche amministrazioni, fatta eccezione per le comunicazioni, da effettuarsi in forma impersonale, strettamente indispensabili per l'efficace svolgimento delle proprie funzioni.

#### ART. 7.

##### *(Disciplina dei sondaggi).*

1. A decorrere dal decimo giorno precedente la data delle elezioni e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato rendere pubblici o comunque diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, anche se tali sondaggi siano stati effettuati in un periodo di tempo precedente a quello del divieto.

2. L'Autorità garante, sentite le associazioni scientifiche e professionali nazionali operanti nel campo delle ricerche demoscopiche ed elettorali, determina, a decorrere dalla prima applicazione della presente legge, i criteri obbligatori in conformità dei quali devono essere realizzati i sondaggi di cui al comma 1. I risultati anche parziali di tali sondaggi devono essere accompagnati dalle seguenti indicazioni, della cui veridicità è responsabile il soggetto che realizza il sondaggio:

- a) soggetto che ha realizzato il sondaggio e, se realizzato con altri, le collaborazioni di cui si è avvalso;
- b) committente e acquirente;
- c) criteri seguiti per la formazione del campione;
- d) metodo di raccolta delle informazioni e di elaborazione dei dati;
- e) numero delle persone interpellate e universo di riferimento;
- f) domande rivolte;
- g) percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda;
- h) date in cui è stato realizzato il sondaggio.

3. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è vietato l'invito rivolto al pubblico o a singoli ad esprimere le proprie preferenze politiche ed elettorali attraverso contatti telefonici, postali, o in altra forma, direttamente con la concessionaria pubblica, le emittenti private e la stampa, nonché la pubblicazione e trasmissione di risultati acquisiti secondo tali modalità.

4. La disciplina di cui ai commi 1, 2 e 3 si estende nei casi di pubblicazione e trasmissione di risultati che indichino la sola posizione reciproca dei competitori.

5. Per i sondaggi diffusi nel periodo consentito, qualora non siano stati rispettati i criteri determinati ai sensi del comma 2, l'Autorità garante dispone che sia dichiarata la circostanza sui mezzi d'informazione che hanno diffuso gli stessi sondaggi, con il medesimo rilievo con cui questi sono stati pubblicizzati.

#### ART. 8.

*(Procedimento per l'accertamento delle violazioni).*

1. I candidati, le formazioni, i partiti ed i movimenti politici direttamente interessati possono denunciare, entro dieci giorni dal fatto, l'avvenuta violazione delle disposizioni della presente legge. La denuncia è comunicata, anche a mezzo *telex*, alla rete del servizio pubblico radiotelevisivo, all'emittente privata o all'editore, ed inoltre all'Autorità garante. L'Autorità garante istruisce la denuncia, previa eventuale acquisizione del materiale necessario, e, contestati i fatti anche a mezzo *telex*, sentiti gli interessati ed acquisite le loro controdeduzioni, provvede su di essa.

2. Il procedimento di cui al comma 1 è avviato anche d'ufficio.

#### ART. 9.

*(Sanzioni).*

1. In caso di violazioni della presente legge, nonché di gravi e reiterate violazioni

dei criteri di offerta di cui all'articolo 4, l'Autorità garante irroga la sanzione amministrativa pecuniaria, nei confronti delle emittenti nazionali private, delle reti radiotelevisive del servizio pubblico e degli editori, consistente nel pagamento di una somma da lire 10 milioni a lire 100 milioni; nei confronti delle emittenti locali, da lire 1 milione a lire 10 milioni. Le sanzioni sono raddoppiate nel caso di violazione del divieto di cui all'articolo 3, comma 4.

2. Le sanzioni amministrative pecuniarie sono commisurate all'entità del pregiudizio cagionato, alla gravità ed all'evidenza della violazione, alle dimensioni dell'impresa ed alla rilevanza territoriale della violazione commessa.

3. Restano salve le ulteriori sanzioni previste dalla legislazione vigente.

4. Le medesime sanzioni di cui al comma 1 sono irrogate anche ai candidati e alle formazioni ed ai partiti politici qualora sia accertata la loro responsabilità nella violazione.

5. Qualora siano violate disposizioni della presente legge relative alla disciplina della propaganda, l'Autorità garante può ordinare agli editori, alle reti radiotelevisive pubbliche ed alle emittenti private la messa a disposizione di spazi compensativi di propaganda elettorale in favore dei candidati o delle formazioni o dei partiti politici che siano stati direttamente danneggiati dalla violazione.

6. Qualora siano violate disposizioni della presente legge relative alla disciplina della pubblicità, l'Autorità garante può ordinare agli editori, alla concessionaria pubblica ed alle emittenti private la messa a disposizione di spazi compensativi di pubblicità elettorale in favore dei candidati o delle formazioni o dei partiti politici che ne siano rimasti illegittimamente esclusi.

7. Qualora siano violate disposizioni della presente legge relative ai principi della correttezza, della completezza e dell'imparzialità dell'informazione elettorale, l'Autorità garante, previo esperimento della procedura di cui all'articolo 5, comma 7, può ordinare agli editori, alle

reti radiotelevisive pubbliche ed alle emittenti private la pubblicazione o la trasmissione di rettifiche, alle quali è dato il medesimo risalto, per fascia oraria, collocazione e caratteristiche editoriali, della notizia da rettificare.

8. In caso di violazione delle disposizioni di cui all'articolo 7 commessa fino all'apertura dei seggi elettorali, l'Autorità garante applica la sanzione amministrativa pecuniaria consistente nel pagamento di una somma da lire 20 milioni a lire 200 milioni, graduandola anche in relazione alla distanza temporale dall'apertura dei seggi. Qualora la violazione delle medesime disposizioni sia stata commessa durante le operazioni di voto si applica la pena detentiva prevista dall'articolo 100, primo comma, del testo unico delle leggi recanti norme per la elezione della Camera dei deputati, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 30 marzo 1957, n. 361, per le turbative elettorali; il giudice, con la sentenza di condanna, applica inoltre le sanzioni amministrative pecuniarie. In caso di mancanza totale o parziale delle indicazioni di cui al comma 2 dell'articolo 7, l'Autorità garante applica la sanzione amministrativa pecuniaria consistente nel pagamento di una somma da lire 10 milioni a lire 100 milioni.

9. Tutti i provvedimenti dell'Autorità garante adottati ai sensi del presente articolo possono essere impugnati dinanzi al tribunale amministrativo regionale. La mancata ottemperanza ai provvedimenti dell'Autorità garante costituisce violazione dell'articolo 650 del codice penale.

10. Le violazioni delle disposizioni della presente legge relative a singoli candidati sono comunicate al Collegio di garanzia elettorale, che provvede ai sensi dell'articolo 15, comma 7, della legge 10 dicembre 1993, n. 515.

#### ART. 10.

*(Provvedimenti di urgenza).*

1. Al fine di ripristinare l'equilibrio delle competizioni elettorali, in presenza di

gravi ed evidenti violazioni delle disposizioni della presente legge, l'Autorità garante, previa istruttoria sommaria da svolgere anche via *telex* nel termine massimo di settantadue ore dalla denuncia, può adottare in via di urgenza i provvedimenti di cui all'articolo 9, commi 5, 6 e 7; sempre in via di urgenza, l'Autorità garante può altresì inibire la reiterazione della pubblicità o della propaganda vietata. L'Autorità garante fissa il termine e le modalità per l'ottemperanza ai suoi provvedimenti.

2. Sui ricorsi contro i provvedimenti di urgenza il tribunale amministrativo regionale competente si pronuncia in via cautelare entro le quarantotto ore successive al deposito del ricorso.

#### ART. 11.

*(Copertura finanziaria).*

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, pari a lire 2500 milioni annue a decorrere dal 2000, si provvede mediante corrispondente riduzione dello stanziamento iscritto, ai fini del bilancio triennale 2000-2002, nell'ambito dell'unità previsionale di base di parte corrente « Fondo speciale » dello stato di previsione del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica per l'anno 2000, allo scopo parzialmente utilizzando l'accantonamento relativo al medesimo Ministero.

2. Il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.

#### ART. 12.

*(Norme finali).*

1. Gli articoli 1, 2, 5, 6, 15, commi 1 e 4, della legge 10 dicembre 1993, n. 515, e l'articolo 29, commi 1, 2, 6 e 7, della legge 25 marzo 1993, n. 81, sono abrogati.

2. Le disposizioni di cui agli articoli 2, 3, ad eccezione del comma 2, 4 e 5, ad eccezione del comma 7, non si applicano

agli organi ufficiali di stampa e radiofonici di partiti, comitati, movimenti e formazioni politici ed alle stampe elettorali dei medesimi.

**1. 60.** Calderisi, Taradash.

*Sostituire gli articoli da 1 a 11 con il seguente:*

ART. 1.

1. Al fine di consentire un'effettiva uguaglianza e la parità di trattamento nell'informazione politica, nella programmazione della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo il tempo riservato alle notizie ed ai riferimenti relativi alle forze politiche componenti la maggioranza, il Governo ed i loro rappresentanti, nonché alle attività, ai programmi, alle posizioni ed alle opinioni proprie di tali soggetti, deve, in ogni mese, equivalere alle notizie ed ai riferimenti relativi alle forze di opposizione. Il tempo utilizzato dai rappresentanti del Governo è compreso in quello della maggioranza.

2. Rientrano nel computo dell'equivalenza di cui al comma 1 anche i comunicati del Governo, le notizie ed i riferimenti relativi alla sua attività ed a quella dei suoi componenti. In tale computo sono compresi le notizie ed i riferimenti operati nel corso di notiziari, ancorché questi siano riconducibili alla responsabilità del direttore, nonché la partecipazione di personalità politiche e di Governo a trasmissioni di intrattenimento.

3. Le violazioni delle disposizioni di cui al presente articolo sono accertate, per il tempestivo ripristino delle condizioni di equivalenza, dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

4. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo giorno e quello precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, gli spazi elettorali nelle trasmissioni della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo sono offerti in condizioni di parità di

trattamento e sono gratuiti, ad eccezione di quelli previsti dal comma 5. Gli spazi elettorali sono i seguenti:

a) spazi autogestiti dai partiti;

b) rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale.

5. Gli spazi autogestiti sono ripartiti tra i candidati e le formazioni politiche appartenenti a liste e coalizioni diverse, assicurando a ciascuna delle due maggiori coalizioni contrapposte la metà dell'ottantacinque per cento del tempo complessivamente disponibile e dividendo la restante parte, in misura proporzionale alla consistenza dei gruppi parlamentari nelle assemblee da rinnovare, tra le altre liste già rappresentate e non facenti parte delle predette coalizioni nonché tra tutte le forze politiche di nuova formazione che abbiano presentato candidati in almeno il 75 per cento dei collegi uninominali o che abbiano presentato raggruppamenti di candidati collegati, con uno o più contrassegni identici, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano presentato liste con propri contrassegni, ai fini dell'attribuzione proporzionale dei seggi, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano ottenuto alle precedenti elezioni politiche almeno il 20 per cento dei voti validi in una regione a statuto speciale in cui è presente una minoranza linguistica o nelle province autonome di Trento e di Bolzano. All'interno dei rispettivi spazi la ripartizione ulteriore è determinata d'accordo tra i soggetti interessati o, in mancanza, in proporzione alla rispettiva quota di rappresentanza in Parlamento.

6. Sono rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale le tribune politiche, i dibattiti, le tavole rotonde, le conferenze stampa, i confronti fra esponenti politici e di esponenti politici con cittadini anche attraverso l'utilizzo del mezzo telefonico e tutte le altre forme di comunicazione non rientranti negli spazi autogestiti e nella pubblicità elettorale. Per l'attribuzione degli spazi relativi alle rubriche elet-

torali e ai servizi di informazione elettorale valgono le medesime regole previste per gli spazi autogestiti.

7. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, le emittenti radiotelesive private a diffusione nazionale possono mettere a disposizione delle formazioni politiche spazi autogestiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale nel rispetto delle regole previste dai commi 4, 5 e 6 del presente articolo.

8. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo e il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la pubblicità elettorale sulla concessionaria del servizio pubblico radiotelesivo e sulle emittenti radiotelesive private a diffusione nazionale è offerta in condizioni di parità di trattamento. Gli spazi complessivamente destinati alla pubblicità elettorale sono ripartiti ai sensi del comma 5. In caso di mancato utilizzo da parte di una formazione politica del tempo a lei assegnato, tale tempo non può essere destinato ad altre formazioni politiche. Le tariffe applicate non possono superare il 35 per cento di quelle previste dai prezzi di listino per le inserzioni pubblicitarie aventi le medesime caratteristiche e nelle stesse fasce orarie. Le trasmissioni di pubblicità elettorale non sono computate nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dalla legge.

9. Non oltre il trentacinquesimo giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelesivi e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'ambito delle rispettive competenze, stabiliscono le regole ed i tempi degli spazi elettorali e della pubblicità elettorale. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelesivi provvede altresì all'individuazione delle forze politiche che partecipano alla suddivisione dei tempi attribuiti alle coalizioni ai sensi del comma 5.

10. L'informazione elettorale e politica sulle emittenti radiotelesive private a diffusione locale, su quotidiani e periodici è libera.

11. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la pubblicità elettorale è offerta in condizioni di parità di trattamento. Le tariffe applicate non possono superare il 50 per cento di quelle previste dai prezzi di listino. Le trasmissioni di pubblicità elettorale, per le emittenti radiotelesive private a diffusione locale, non sono computate nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dalla legge. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni stabilisce le regole ed i tempi della pubblicità elettorale.

12. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, le emittenti radiotelesive private a diffusione locale possono mettere a disposizione delle formazioni politiche spazi autogestiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale, nel rispetto delle regole previste dai commi 4, 5 e 6 dell'articolo 2.

13. Le emittenti radiotelesive pubbliche e private riservano, nell'informazione elettorale per i *referendum*, spazi e tempi uguali ai favorevoli ed ai contrari.

14. Ciascun partito o movimento politico non può ottenere finanziamenti a carico dello Stato destinati al partito o al movimento medesimo o a giornali quotidiani e periodici propri organi, ancorché erogati alle imprese editrici, una somma superiore a quanto otterrebbe dalla ripartizione in base alla proporzione dei voti ottenuti alle precedenti elezioni politiche del complesso dei finanziamenti pubblici destinati ai partiti, ai relativi organi di stampa ed ai rimborsi elettorali.

15. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni presenta entro novanta giorni dallo svolgimento delle elezioni alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica, una relazione al Parlamento sugli indici di ascolto e di diffusione e sui dati relativi alle presenze di candidati, partiti e

movimenti politici nelle trasmissioni di cui ai commi 4 e 9, nonché sulle inosservanze rilevate alla normativa di cui alla presente legge.

16. Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è fatto divieto a tutte le pubbliche amministrazioni di svolgere attività di propaganda di qualsiasi genere, ancorché inerente alla loro attività istituzionale, ad eccezione delle attività di comunicazione effettuate in forma impersonale ed indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni.

17. Per le elezioni dei consigli delle regioni a statuto ordinario, del sindaco e del presidente della provincia, delle regioni a statuto speciale e delle province autonome di Trento e di Bolzano, si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni della presente legge.

18. Per le elezioni suppletive, per le elezioni che riguardino un solo consiglio regionale o per le elezioni di consigli comunali e provinciali nelle quali il numero dei consigli comunali o provinciali da eleggere sia inferiore ad un ottavo del totale, si applicano le disposizioni dell'articolo 3 della presente legge.

19. Sono abrogati gli articoli 1, commi 2, 3, 4 e 5, 2, 5, 6 e 8 della legge 10 dicembre 1993, n. 515.

20. Ogni altra disposizione contraria alla presente legge si intende abrogata.

**1. 62.** Frattini, Vito, Romani.

*Sostituire gli articoli da 1 a 6 con il seguente:*

**ART. 1.**

*(Informazione elettorale).*

1. Nel periodo intercorrente fra il trentesimo giorno ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, gli spazi elettorali nelle trasmissioni della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, sono offerti in condizioni di parità di trattamento e sono gratuiti, ad

eccezione di quelli previsti dal comma 5. Gli spazi elettorali sono i seguenti: spazi autogestiti dai partiti; rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale.

2. Gli spazi autogestiti sono ripartiti tra i candidati e le formazioni politiche appartenenti a liste e coalizioni diverse, assicurando a ciascuna delle due maggiori coalizioni contrapposte la metà dell'85 per cento del tempo complessivamente disponibile e dividendo la restante parte, in misura proporzionale alla consistenza dei gruppi parlamentari nelle assemblee da rinnovare, tra le altre liste già rappresentate e non facenti parte delle predette coalizioni e tra tutte le forze politiche di nuova formazione che abbiano presentato candidati in almeno il 75 per cento dei collegi uninominali o che abbiano presentato raggruppamenti di candidati collegati, con uno o più contrassegni identici, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano presentato liste con propri contrassegni, ai fini dell'attribuzione proporzionale dei seggi, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano ottenuto alle precedenti elezioni politiche almeno il 20 per cento dei voti validi in una regione a statuto speciale in cui è presente una minoranza linguistica o nelle province autonome di Trento e di Bolzano. All'interno dei rispettivi spazi la ripartizione ulteriore è determinata d'accordo tra i soggetti interessati o, in mancanza, in proporzione alla rispettiva quota di rappresentanza in Parlamento.

3. Sono rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale le tribune politiche, i dibattiti, le tavole rotonde, le conferenze stampa, i confronti fra esponenti politici e di esponenti politici con cittadini anche attraverso l'utilizzo del mezzo telefonico e tutte le altre forme di comunicazione non rientranti negli spazi autogestiti e nella pubblicità elettorale. Per l'attribuzione degli spazi relativi alle rubriche elettorali e ai servizi di informazione elettorale valgono le medesime regole previste per gli spazi autogestiti.

4. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo giorno ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei de-

putati e per il Senato della Repubblica le emittenti radiotelesive private a diffusione nazionale possono mettere a disposizione delle formazioni politiche spazi autogestiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale nel rispetto delle regole previste dai commi 1, 2 e 3 del presente articolo.

5. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo giorno ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la pubblicità elettorale sulla concessionaria del servizio pubblico radiotelesivo e sulle emittenti radiotelesive private a diffusione nazionale è offerta in condizioni di parità di trattamento. Gli spazi complessivamente destinati alla pubblicità elettorale sono ripartiti ai sensi del comma 2. In caso di mancato utilizzo da parte di una formazione politica del tempo a lei assegnato, tale tempo non può essere destinato ad altre formazioni politiche. Le tariffe applicate non possono superare il 35 per cento di quelle previste dai prezzi di listino per le inserzioni pubblicitarie aventi le medesime caratteristiche e nelle stesse fasce orarie. Le trasmissioni di pubblicità elettorale non sono computate nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dalla legge.

6. Non oltre il trentacinquesimo giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelesivi e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'ambito delle rispettive competenze, stabiliscono le regole ed i tempi degli spazi elettorali e della pubblicità elettorale. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelesivi provvede altresì all'individuazione delle forze politiche che partecipano alla suddivisione dei tempi attribuiti alle coalizioni ai sensi del comma 2.

1. 6. Follini, Giovanardi, Carmelo Carrara, Peretti.

*Sostituire gli articoli da 1 a 6 con il seguente:*

ART. 1.

*(Informazione elettorale).*

1. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, gli spazi elettorali nelle trasmissioni della concessionaria del servizio pubblico radiotelesivo, sono offerti in condizioni di parità di trattamento e sono gratuiti ad eccezione di quelli previsti dal comma 5. Gli spazi elettorali sono i seguenti: spazi autogestiti dai partiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale.

2. Sono spazi autogestiti quelli attribuiti ai partiti o ai movimenti politici in proporzione ai voti validi espressi in ambito nazionale a favore delle liste da essi presentate per la più recente elezione con sistema proporzionale. Ai partiti non rappresentati in Parlamento deve comunque essere riservata una quota aggiuntiva degli spazi fino ad un tetto massimo del 5 per cento, che è ripartita tra le formazioni politiche che abbiano presentato candidati in almeno il 75 per cento dei collegi uninominali o che abbiano presentato raggruppamenti di candidati collegati, con uno o più contrassegni identici, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano presentato liste con propri contrassegni, ai fini dell'attribuzione proporzionale dei seggi, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano ottenuto alle precedenti elezioni politiche almeno il 20 per cento dei voti validi in una regione a statuto speciale in cui è presente una minoranza linguistica o nelle province autonome di Trento e Bolzano.

3. Sono rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale le tribune politiche, i dibattiti, le tavole rotonde, le conferenze stampa, i confronti fra esponenti politici e di esponenti politici con cittadini anche attraverso l'utilizzo del mezzo telefonico e tutte le altre forme di comunicazione non rientranti negli spazi autogestiti e nella pubblicità elettorale. Per l'attribu-

zione degli spazi relativi alle rubriche elettorali e ai servizi di informazione elettorale valgono le medesime regole previste per gli spazi autogestiti.

4. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo giorno ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica le emittenti radiotelevisive private a diffusione nazionale possono mettere a disposizione delle formazioni politiche spazi autogestiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale nel rispetto delle regole previste dai commi 1, 2 e 3 del presente articolo.

5. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo giorno ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la pubblicità elettorale sulla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e sulle emittenti radiotelevisive private a diffusione nazionale è offerta in condizioni di parità di trattamento. Gli spazi complessivamente destinati alla pubblicità elettorale sono ripartiti ai sensi del comma 2. In caso di mancato utilizzo da parte di una formazione politica del tempo a lei assegnato, tale tempo non può essere destinato ad altre formazioni politiche. Le tariffe applicate non possono superare il 35 per cento di quelle previste dai prezzi di listino per le inserzioni pubblicitarie aventi le medesime caratteristiche e nelle stesse fasce orarie. Le trasmissioni di pubblicità elettorale non sono computate nel calcolo dei limiti di affollamento pubblicitario previsti dalla legge.

6. Non oltre il trentacinquesimo giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nell'ambito delle rispettive competenze, stabiliscono le regole ed i tempi degli spazi elettorali e della pubblicità elettorale. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi provvede altresì all'individuazione delle forze

politiche che partecipano alla suddivisione dei tempi attribuiti alle coalizioni ai sensi del comma 2.

\* **1. 65.** Romani, Vito, Frattini.

*Sostituire gli articoli da 1 a 6 con il seguente:*

ART. 1.

*(Informazione elettorale).*

1. Nel periodo intercorrente tra il trentesimo ed il giorno precedente la data delle elezioni per la Camera dei deputati e per il Senato della Repubblica, gli spazi elettorali nelle trasmissioni della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, sono offerti in condizioni di parità di trattamento e sono gratuiti ad eccezione di quelli previsti dal comma 5. Gli spazi elettorali sono i seguenti: spazi autogestiti dai partiti, rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale.

2. Sono spazi autogestiti quelli attribuiti ai partiti o ai movimenti politici in proporzione ai voti validi espressi in ambito nazionale a favore delle liste da essi presentate per la più recente elezione con sistema proporzionale. Ai partiti non rappresentati in Parlamento deve comunque essere riservata una quota aggiuntiva degli spazi fino ad un tetto massimo del 5 per cento, che è ripartita tra le formazioni politiche che abbiano presentato candidati in almeno il 75 per cento dei collegi uninominali o che abbiano presentato raggruppamenti di candidati collegati, con uno o più contrassegni identici, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano presentato liste con propri contrassegni, ai fini dell'attribuzione proporzionale dei seggi, in almeno quattordici circoscrizioni elettorali o che abbiano ottenuto alle precedenti elezioni politiche almeno il 20 per cento dei voti validi in una regione a statuto speciale in cui è presente una minoranza linguistica o nelle province autonome di Trento e Bolzano.

3. Sono rubriche elettorali e servizi di informazione elettorale le tribune politi-