

Comitato Regionale per le Comunicazioni

Co.Re.Com. Cal/Rep

Circolare n. 1/2012

A TUTTI I COMUNI DELLA CALABRIA

A TUTTE LE AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI

ALLE CAMERE DI COMMERCIO

Oggetto: *Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie ai sensi dell'art.41 del decreto legislativo 31 Luglio 2005, n.177.*

Con la presente Circolare, si intendono fornire criteri operativi per l'applicazione dell'**articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177**, al fine di dare comunicazione all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (d'ora innanzi "Autorità") delle somme impegnate per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, nell'ambito della pubblicità istituzionale.

L'art. 41 stabilisce che "... *le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici sono tenuti a dare comunicazione all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa ...*"

La materia in oggetto è stata interessata nel tempo da diverse disposizioni e da ultimo dalla **direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009**, pubblicata in G.U.R.I. n. 257 del 4 novembre 2009, con cui sono stati emanati gli: "*indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'art.41 D. Lgs 31/07/2005 n. 177*".

La predetta direttiva stabilisce che ogni Amministrazione dovrà comunicare all'Autorità **entro il 31 marzo di ogni anno**, le percentuali relative alle spese dell'ultimo esercizio finanziario concluso, in conformità ai modelli telematici resi disponibili sul sito **www.agcom.it/entipubblici**, inviandoli all'indirizzo di posta elettronica **entipubblici@cert.agcom.it** (entipubblici@agcom.it).

Il citato articolo 41, al primo comma, prevede che le somme che le amministrazioni pubbliche destinano, per fini di comunicazione istituzionali, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15% a favore dell'emittenza privata televisiva e radiofonica locale e per almeno il 50% a favore dei giornali quotidiani e periodici. Si fa presente che quest'ultima percentuale è aumentata al 60% nella fase di transizione alla trasmissione in tecnica digitale (attualmente prevista per il 2012).

Per una migliore puntualizzazione di taluni adempimenti, si richiamano alcuni articoli della Direttiva:



Comitato Regionale per le Comunicazioni

CRITERI DI APPLICAZIONE DELL'ART. 41 DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 177 DEL 2005

1.1 Spese per l'acquisto di spazi pubblicitari.

Le spese destinate dalle Amministrazioni pubbliche per l'acquisto di spazi pubblicitari per fini di comunicazione istituzionale, sono quelle relative alle somme impegnate per l'acquisto, a titolo oneroso, di qualunque spazio atto a veicolare avvisi o messaggi attraverso l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa, rivolto alla generalità dei cittadini, allo scopo di:

- a) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- b) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati, nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine dell'amministrazione, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo visibilità ad eventi di importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

E' importante tener conto che tra le tipologie di acquisti di spazi pubblicitari non rientrano le spese connesse a forme di pubblicità obbligatoria, quali, ad esempio, quelle per pubblicazione del bilancio, di avvisi di gara, di bandi di concorso etc. in osservanza di precisi obblighi di legge ovvero al fine di rendere pubblici atti e procedure concorsuali.

Analogamente non vanno ricomprese le spese sostenute per l'acquisto di spazi a seguito di provvedimenti amministrativi emanati per ragioni di necessità ed urgenza.

Ai sensi del citato art. 41 sono altresì esclusi gli oneri relativi alla produzione degli strumenti pubblicitari come, ad esempio, le spese sostenute per la stampa di manifesti, depliant, le spese per la creatività, le spese tipografiche, cartacee ed informatiche.

Sono altresì escluse le spese sostenute per la produzione e l'edizione di testate giornalistiche registrate a norma di legge, le spese per convegni o eventi, quelle effettuate a titolo di sponsorizzazione e quelle relative a partecipazioni a fiere, mercati e mostre.

In particolare si evidenzia che la trasmissione telematica del modello va effettuata anche nel caso in cui non siano state impegnate spese pubblicitarie nell'esercizio finanziario precedente.

1.2 Periodo di riferimento.

Il periodo di riferimento per il calcolo delle percentuali di cui al citato art. 41 è l'anno solare. Le spese da inserire nel calcolo sono quindi tutte quelle impegnate, per le quali sia stata assunta una obbligazione giuridicamente perfezionata, durante l'esercizio finanziario coincidente con l'anno solare.

1.3 Mezzi di comunicazione utilizzati.

Rientrano nell'ambito di applicazione di cui all'art. 41 le spese relative all'acquisto di spazi sulla stampa quotidiana e periodica, anche in forma elettronica, su Internet, sui mezzi di diffusione radiotelevisiva, nell'ambito della diffusione di opere presso le sale cinematografiche, sulle reti mobili di comunicazione elettronica, nonché le spese per l'acquisto di spazi per le pubbliche affissioni, salvo le spese sostenute per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso forme di comunicazione tramite pubbliche affissioni su spazi di proprietà di pubbliche amministrazioni o enti pubblici.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI



Consiglio Regionale
della Calabria

Comitato Regionale per le Comunicazioni

1.4 Rispetto delle quote di destinazione – Totale.

Il valore complessivo delle spese sostenute per l'acquisto di spazi per fini di comunicazione istituzionale di cui al punto 1.1 effettuate sui mezzi di comunicazione di cui al punto 1.3 costituisce il totale su cui calcolare le quote di destinazione previste dall'art. 41.

1.5 Rispetto delle quote di destinazione – Stampa.

Nell'ambito della percentuale, di cui al primo comma del predetto art. 41, riferita ai quotidiani ed i periodici devono essere intese le spese destinate all'acquisto di spazi su quotidiani e periodici, anche elettronici, diffusi al pubblico, nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea. Ai fini del rispetto delle percentuali di destinazione in favore di giornali quotidiani e periodici si possono includere l'acquisto di spazi per la pubblicità istituzionale sulle testate italiane all'estero in relazione al tipo di messaggio e ai destinatari, secondo quanto disposto dall'art. 13, comma 3, della legge n. 150/2000.

1.6 Rispetto delle quote di destinazione – Emittenza locale.

Nell'ambito della percentuale, di cui al primo comma del predetto art. 41, riferita all'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale devono essere intese le spese per l'acquisto di spazi sulle emittenti che, nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea, siano caratterizzate dai seguenti parametri, in relazione all'ambito di diffusione dell'esercizio dell'attività di radiodiffusione:

«**ambito locale radiofonico**»: irradiazione del segnale fino a una copertura massima di quindici milioni di abitanti;

«**ambito locale televisivo**»: diffusione in uno o più bacini, comunque non superiori a dieci, anche non limitrofi, purché con copertura inferiore al 50 per cento della popolazione nazionale.

2. Obblighi di comunicazione.

Il comma 3 del predetto art. 41 prevede che le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici diano comunicazione all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa.

L'Autorità, attraverso i Comitati regionali per le comunicazioni, vigila sulla diffusione della comunicazione pubblica a carattere pubblicitario sui diversi mezzi di comunicazione di massa. Per l'attuazione delle disposizioni previste dalla norma, le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici nominano un responsabile del procedimento che, in caso di mancata osservanza delle disposizioni stesse e salvo il caso di non attuazione per motivi a lui non imputabili, è soggetto alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da un minimo di 1.040 euro a un massimo di 5.200 euro.

Competente all'accertamento e alla contestazione è il Co.Re.Com. Calabria, mentre all'applicazione della sanzione è competente l'Autorità.



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI



Consiglio Regionale
della Calabria

Comitato Regionale per le Comunicazioni

Pertanto, ai sensi del comma 3 del citato art. 41 del decreto legislativo n. 177 del 2005, deve essere individuato un responsabile del procedimento in ordine sia alla comunicazione dei dati di spesa all'Autorità, sia al rispetto delle percentuali di destinazione previste.

Qualora non sussista corrispondenza tra colui che è individuato come responsabile della comunicazione e chi, invece, è responsabile della spesa, il rispetto dell'effettiva applicazione delle percentuali previste dai commi 1 e 4 del citato art. 41, deve essere assicurato dai responsabili di ogni singolo centro di spesa che risponderanno di eventuali sanzioni.

In considerazione di quanto sopra, ogni centro di spesa, secondo i principi di autonomia e responsabilità, individuerà un responsabile del procedimento in ordine, sia alla comunicazione dei dati di spesa all'Autorità sia al rispetto delle percentuali di destinazione previste, che provvederà agli adempimenti di cui all'art 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177.

Il Co.Re.Com. Calabria resta a disposizione per eventuali ulteriori chiarimenti, che potranno essere richiesti contattando direttamente il funzionario incaricato al seguente numero di telefono 0965/880669 e/o indirizzo di posta elettronica antonia.repaci@consrc.it.

Reggio Calabria, 18 gennaio 2012

Il Funzionario incaricato
Avv. Antonia Repaci

IL DIRIGENTE DEL SETTORE
(Assistenza agli Organi Istituzionali
Affari Generali e Legali del Co.Re.Com.)
Avv. Rosario Carnevale