



REGOLAMENTO PUBBLICITA' ISTITUZIONALE

**Approvato con delibera del C.C. n° 8 del 23 01 2017
Esecutiva il 26.02.2017**

ART. 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.

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.

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, nonché 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.

Art. 2

Periodo di riferimento

Il periodo di riferimento per il calcolo delle percentuali 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.

Art. 3

Mezzi di comunicazione utilizzati

Rientrano nell'ambito di applicazione 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.

Art.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 all'art. 1 del presente regolamento, effettuate sui mezzi di comunicazione, di cui all'art. 3 del presente regolamento, costituisce il totale su cui calcolare le quote di destinazione previste dall'art. 41 del D.Lgs 31/07/2005 n. 177 .

Art. 5

Rispetto delle quote di destinazione – Stampa

Nell'ambito della percentuale, di cui al primo comma del predetto art. 41, riferita ai quotidiani e i periodici -almeno il 50% del totale- 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.

Art. 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 -almeno il 15% del totale- 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.

Art. 7

Obblighi di comunicazione e modalità di trasmissione

Il comma 3 dell'art. 41 prevede che le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici diano comunicazione all'Autorità per le Garanzie, entro il 31 marzo di ogni anno, in conformità ai modelli telematici resi disponibili sul sito www.agcom.it/entipubblici, delle somme impegnate nell'ultimo esercizio finanziario concluso, per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa.

La trasmissione telematica del modello va effettuata anche nel caso in cui non siano state impegnate spese pubblicitarie nell'esercizio finanziario precedente.

Art. 8

Responsabile Procedimento – Sanzioni

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, ai sensi del comma 3 dell'art. 41 del decreto legislativo n. 177, sarà nominato, dalla Giunta Comunale, 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.

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

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