



AERANTI-CORALLO

le imprese radiotelevisive locali, satellitari e via internet

**“La pubblicità delle amministrazioni e degli enti pubblici
sulle emittenti radiotelevisive locali”**

Avv. Silvia Cardilli

Roma, 27 maggio 2014

**Art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e
successive modificazioni di cui al decreto legislativo
15 marzo 2010 n. 44**

↪ **Le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici.**

↪ **Le somme di cui al comma 1 sono quelle destinate alle spese per acquisto di spazi pubblicitari, esclusi gli oneri relativi alla loro realizzazione.**

↪ **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 (con le modalità di cui alla delibera n. 30/10/CONS).**

↪ **L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, anche attraverso i Comitati regionali per le comunicazioni, vigila sulla diffusione della comunicazione pubblica a carattere pubblicitario sui diversi mezzi di comunicazione di massa.**

↪ **Ai fini dell'attuazione delle citate disposizioni, 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, alla contestazione e all'applicazione della sanzione è l'Autorità. Si applicano le disposizioni contenute nel Capo I, sezioni I e II, della legge 24 novembre 1981, n. 689 e s.m.i.**

↪ **Le regioni, nell'ambito della propria autonomia finanziaria, possono prevedere quote diverse da quelle indicate ai commi 1 e 4.**

**Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri
28 settembre 2009 recante “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'articolo 41
del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177”.**

↪ **Criteri di applicazione dell'art. 41:**

⦿ **somme impegnate per l'acquisto, a titolo oneroso, di spazi pubblicitari
per fini di comunicazione istituzionale 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 delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo visibilità ad eventi di importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.**

⇒ Non rientrano in tale ambito:

a) le spese connesse a forme di pubblicità obbligatoria (es. pubblicazione del bilancio, avvisi di gara, bandi di concorso);

b) le spese sostenute per l'acquisto di spazi a seguito di provvedimenti amministrativi emanati per ragioni di necessità o urgenza;

c) gli oneri di produzione (es. spese per la stampa di manifesti ecc...);

d) spese per la produzione e l'edizione di testate giornalistiche registrate, per convegni o eventi, spese di sponsorizzazione, spese per la partecipazione a fiere ed eventi.