



Roma, 3/4/2009

Al Segretariato Generale
Alla Direzione Generale per l'Organizzazione,
l'Innovazione, la Formazione, la Qualificazione
Professionale e le Relazioni Sindacali
Alla Direzione Generale per i Beni Archeologici
Alla Direzione Generale per la Qualità e la Tutela
del Paesaggio, l'Architettura e l'Arte
Contemporanea
Alla Direzione Generale per i Beni Architettonici,
Storico-Artistico ed Etnoantropologici
Alla Direzione Generale per gli Archivi
Alla Direzione Generale per i Beni Librari e gli
Istituti Culturali e il Diritto d'Autore
Alla Direzione Generale per il Cinema
Alla Direzione Generale per lo Spettacolo dal Vivo
Alle Direzioni Regionali per i Beni Culturali e
Paesaggistici

LORO SEDI

Prot. n° 3073
-el. 31.04.00/2.1

OGGETTO: Legge 3 maggio 2004, n. 112 - Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie sostenute dalle amministrazioni dello Stato e dagli enti pubblici.
Comunicazione degli impegni sostenuti ai fini della comunicazione istituzionale degli Enti pubblici. Applicazione dell'art. 41 del D.Lgs. n. 177, del 31 luglio 2005..

Al fine di consentire a questa Direzione Generale di assolvere agli adempimenti di cui all'art. 7, comma 12 della legge 3 maggio 2004, n. 112, si rendono necessarie alcune indicazioni per una più esaustiva informazione.

Termine e modalità della segnalazione:

Questa Direzione Generale deve effettuare la comunicazione annuale al portale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni entro il 31 marzo di ogni anno in relazione all'ultimo esercizio finanziario concluso. Si invita, pertanto, ad attenersi scrupolosamente al rispetto dei termini indicati nella circolare emanata dalla scrivente annualmente (si rappresenta la circolare n.11, del 19 gennaio 2009).

Oggetto della segnalazione, la spesa pubblicitaria:

Si considerano spese pubblicitarie effettuate nell'esercizio finanziario di riferimento tutte e solo le spese impegnate nello stesso esercizio, ancorché in esso non liquidate. Devono formare oggetto di segnalazione le spese che comunque riguardano la pubblicità, ivi comprese le spese per "campagna pubblicitaria e di promozione delle proprie attività". In particolare, vanno comunicate le spese sostenute per qualunque avviso o messaggio effettuato a pagamento, rivolto alla generalità, allo scopo di promuovere o diffondere la propria immagine o attività con l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa, quali, ad esempio, quotidiani, periodici, radio, televisione, affissioni, nonché di ogni altra forma di promozione, di comunicazione e di informazione relativa all'attività istituzionale dell'amministrazione. Rientrano tra le spese pubblicitarie anche quelle connesse a forme di pubblicità obbligatoria (quali, ad esempio, quelle per pubblicazione del bilancio, di avvisi di gara, di bandi di concorso, etc.).



Roma, 3/4/2009

Ministero
per i Beni e le Attività Culturali
Direzione Generale per il Bilancio e la
Programmazione Economica, la Promozione, la
Qualità e la Standardizzazione delle Procedure
Servizio III

Non sono ricomprese le spese sostenute per la produzione degli strumenti pubblicitari (ad esempio, per la stampa di manifesti, depliant, etc.).

Non sono, inoltre, da considerare spese pubblicitarie quelle sostenute per la produzione e l'edizione di testate giornalistiche registrate a norma di legge, quelle di rappresentanza, quelle per convegni, quelle effettuate a titolo di sponsorizzazione di attività varie e per partecipazione a fiere, mercati e mostre.

Detta materia è stata interessata nel tempo da numerosi provvedimenti e da ultimo con il decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005 è stato approvato il Testo unico sulla radiotelevisione.

In particolare l'art. 41 prevede che:

1. *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.*

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

3. *Le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici sono tenuti a dare comunicazione all'Autorità delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa. L'Autorità 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 disposizioni di cui ai commi 1 e 2 nonché al presente comma, 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.*



Roma, 3/4/2009

Ministero
per i Beni e le Attività Culturali
 Direzione Generale per il Bilancio e la
 Programmazione Economica, la Promozione, la
 Qualità e la Standardizzazione delle Procedure
 Servizio III

4. Nella fase di transizione alla trasmissione in tecnica digitale devono inoltre risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 60 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinano singolarmente, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa.

La predetta norma oltre ad attribuire i compiti di vigilanza, ha assegnato all'Autorità i poteri di avvio del relativo procedimento sanzionatorio nei confronti del legale rappresentante dell'Amministrazione Pubblica che non risulti aver ottemperato al dettato del citato art. 41, sia per quanto concerne l'obbligo di comunicazione delle spese effettuate da questo Ministero all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sia per il mancato rispetto del criterio percentile della relativa ripartizione.

Inoltre, la delibera dell'Autorità n. 139/05/CONS del 7 marzo 2005 ha stabilito che:

- la comunicazione all'Autorità va effettuata entro il 31 marzo di ogni anno, in relazione alle spese dell'ultimo esercizio finanziario concluso da parte di questa Direzione Generale attraverso l'accesso al sistema telematico;
- la comunicazione va effettuata anche nel caso in cui le Amministrazioni pubbliche non abbiano impegnato, nell'esercizio precedente, alcuna somma per la pubblicità.

In relazione a quanto precede, nell'invitare a dar corso agli adempimenti di cui sopra, si chiede agli uffici in indirizzo di dare la massima diffusione anche agli istituti dipendenti, al fine di determinare un dato aggregato da comunicare nei modi e nei tempi indicati nella circolare di riferimento emanata da questa Direzione Generale ogni anno.

La scrivente Direzione Generale resta a disposizione per eventuali ulteriori chiarimenti, che potranno essere richiesti contattando direttamente l'incaricato Dott. Antonio Piscitelli tramite la casella di posta elettronica apiscitelli@beniculturali.it o a mezzo telefono al numero 06/67232311 - fax 06/67232885.

IL DIRETTORE GENERALE
 (D.ssa Maddalena RAGNI)

AP/