

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 1157 del 19 luglio 2016

**Progetto di comunicazione a carattere pubblicitario anno 2016. Art. 6 D.L. n. 78/2010.**

*[Informazione ed editoria regionale]*

Note per la trasparenza:
--------------------------

Con il presente provvedimento si approva il piano di spesa che le Strutture regionali prevedono di sostenere per l'anno 2016 per informazione ai cittadini mediante acquisto di spazi pubblicitari su radio, TV, stampa, internet ed affissioni.
--

Il Presidente Dott. Luca Zaia, riferisce quanto segue:

La Regione del Veneto prevede di porre in essere una serie di iniziative di promozione e informazione destinate alla popolazione locale, nazionale ed internazionale a valere sul corrente anno. Si ritiene di procedere all'approvazione di un Progetto di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2016 in attuazione delle norme sul contenimento della spesa di cui all'art. 6 del D.L. n. 78/2010, in analogia a quanto disposto dalla legge n. 150/2000 che, all'art. 13, prevede che le Amministrazioni dello Stato, si dotino di progetti di comunicazione a carattere pubblicitario, che prevedono la diffusione dei messaggi sui mezzi di comunicazione di massa da realizzarsi attraverso l'acquisto di spazi su stampa, tv, radio, internet ed affissioni (c.d. pubblicità), con l'indicazione delle modalità e dei mezzi ritenuti più idonei al raggiungimento della massima efficacia della comunicazione. Tali spese di comunicazione istituzionale non debbono essere conteggiate, ai fini della riduzione prevista dal D.L. n. 78/2010, se inserite in una programmazione annuale che ne consenta l'esclusione ai fini del contenimento della spesa (art. 1, comma 5, della legge n. 150/2000).

Nell'ambito della programmazione della propria attività di comunicazione istituzionale, da espletarsi in particolare con l'utilizzo dei mezzi sopraindicati, l'Amministrazione regionale persegue l'obiettivo di sensibilizzazione di cittadini, turisti, buyers, consumatori finali ed imprese su tematiche regionali di generale interesse, promuovendo e rendendo visibili e trasparenti le azioni, le progettualità, gli interventi o i comportamenti che arrecano vantaggi diretti o indiretti alla collettività.

Per tale motivo, i messaggi comunicativi devono essere semplici e facilmente comprensibili dai destinatari, così da consentire una percezione immediata dell'azione regionale, sotto il profilo della conoscenza sia dell'Istituzione che dei suoi progetti.

In ordine alla corretta configurazione giuridico - economica da dare al Progetto in questione, si ritiene di richiamare la giurisprudenza della Corte dei Conti, che, intervenuta nel merito del contenimento delle spese di pubblicità, ha precisato che "nel computo delle spese, al fine del rispetto del limite di cui art. 6, comma 8, D.L. n. 78/2010, vanno escluse quelle coperte mediante finanziamenti trasferiti da altri soggetti pubblici e privati" (*ex multis* cfr. Corte Conti Sez. Reg. Controllo per il Piemonte, n. 40/2011; Sez. Reg. Controllo per la Lombardia, n. 605/2011; Sez. Reg. Controllo per la Liguria, n. 1/2012; Sez. Reg. Controllo per la Lombardia, n. 398/2012). "E', infatti, evidente che l'obiettivo della disposizione è realizzare un contenimento degli oneri finanziari degli Enti in funzione di salvaguardia degli obiettivi di bilancio, e non quello di limitare comunque le azioni, attività o prestazioni realizzate con tali spese a prescindere dal loro impatto sul bilancio dell'ente che le sostiene".

Alla luce delle precitate decisioni della magistratura contabile, si ritiene di proporre che all'interno del Progetto vengano inserite le iniziative di comunicazione la cui spesa si va ad impegnare nel corrente anno con l'indicazione del loro costo ma, ai fini del rispetto del limite succitato, nella specificazione dei mezzi di comunicazione che saranno utilizzati, saranno riportate esclusivamente le spese sostenute con finanziamenti regionali, e, pertanto, nel caso di cofinanziamento, sarà riportata la sola quota regionale, senza considerare le spese a carico di fondi statali e/o comunitari.

Queste ultime saranno, comunque, oggetto di monitoraggio e dovranno, altresì, essere inserite nella comunicazione annuale alla Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni delle spese per pubblicità istituzionale sostenute, ai sensi dell' art. 41, comma 3, del Decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177, "Testo Unico della radiotelevisione".

A seguito di puntuale ricognizione delle esigenze di comunicazione istituzionale manifestate dalle varie Strutture regionali coordinate dai rispettivi Assessorati, nel rispetto delle percentuali richieste dall'AGCOM, si evidenzia l'esigenza di informare,

sensibilizzare e coinvolgere i destinatari delle iniziative di comunicazione istituzionale per l'anno 2016. In ragione del target dei messaggi comunicativi e delle risorse economiche a disposizione della Giunta regionale nel corrente anno, sono stati evidenziati i mezzi attraverso i quali le informazioni saranno fornite nell'ambito delle materie per le quali si rende necessario provvedere, da un lato, ad individuare le tematiche da pubblicizzare e, d'altro lato, a programmare le iniziative di comunicazione attraverso i media, come dettagliate in allegato al presente provvedimento (**Allegato A**).

Per quanto concerne le ulteriori spese relative all'acquisto di spazi su mezzi di comunicazione di massa, che non siano state ricomprese tra quelle sopra individuate, le stesse faranno riferimento al budget messo a disposizione, secondo le vigenti disposizioni, di ciascun Assessore, sino ad esaurimento del budget stesso, pari a complessivi € 438.700,35 come per l'anno precedente.

L'adozione degli impegni delle spese di pubblicità quantificate nell'allegato al presente provvedimento di cui costituisce parte integrante e sostanziale (**Allegato A**), è demandata ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie di riferimento, sui pertinenti capitoli del bilancio di previsione 2016. I predetti Direttori sono incaricati della trasmissione alla Sezione regionale di controllo della Corte dei Conti, ai sensi dell'articolo 1, comma 173, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, dei provvedimenti con i quali saranno assunti i citati impegni di spesa.

Il Progetto di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2016, evidenzia, oltre che una riduzione della spesa rispetto al 2009 secondo le percentuali previste dal citato art. 6 comma 8 del D.L. n. 78/2010, una notevole riduzione globale rispetto alla somma indicata nella deliberazione n. 2340/2014 che ha approvato il Progetto di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2014, superiore all'80 per cento.

Il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

#### LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, il quale dà atto che la struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la L. n. 150/2000;

VISTO il D.L. n. 78/2010;

VISTA la L.R. n. 1/2011;

VISTO l'art. 2 c. 2 della Legge Regionale n. 54 del 31 dicembre 2012;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 1191 del 15 luglio 2014;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 2340 del 16 dicembre 2014,

delibera

1. di approvare, per le motivazioni esposte nelle premesse, il Progetto di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2016, per le materie elencate e con gli importi dettagliati in allegato al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante e sostanziale (**Allegato A**);

2. di dare atto che le materie oggetto del Progetto di cui al punto 1. sono le seguenti:

- Cultura
- Economia e Sviluppo Montano
- Parchi e Biodiversità
- Primario/Programmazione FEASR
- Programmazione FESR
- Programmazione FSE

3. di dare atto che le spese pubblicitarie per le materie ricomprese nel Progetto di cui al punto 1., per l'importo complessivo di € 270.198,07, sono così suddivise:

- per acquisto spazi su stampa: € 141.642,80;
- per acquisto spazi su emittenti televisive € 92.889,37;

- per acquisto spazi su emittenti radiofoniche € 21.165,90;
- per acquisto spazi su siti internet € 14.500,00;

4. di dare altresì atto che le spese pubblicitarie non ricomprese tra quelle sopra individuate faranno riferimento al budget a disposizione di ciascun Assessore, fino ad esaurimento del budget stesso;
5. di demandare ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie di cui al punto 2. l'assunzione, con propri atti, degli impegni delle spese di pubblicità come innanzi quantificate, a carico dei fondi stanziati sui pertinenti capitoli del bilancio di previsione 2016;
6. di incaricare i predetti Direttori della trasmissione alla Sezione regionale di controllo della Corte dei Conti, ai sensi dell'articolo 1, comma 173, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, dei provvedimenti con i quali saranno assunti gli impegni di spesa;
7. di dare atto che eventuali modifiche e/o integrazioni nel Progetto di cui al punto 1. formeranno oggetto di un successivo provvedimento della Giunta regionale;
8. di incaricare la Unità Organizzativa Comunicazione e Informazione dell'esecuzione del presente provvedimento;
9. di pubblicare la presente deliberazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.