



CIRCOLARE N. 24

Ministero
dell'Economia e delle Finanze
DIPARTIMENTO DELLA RAGIONERIA GENERALE DELLO STATO
ISPETTORATO GENERALE DI FINANZA
UFFICIO II

Roma, 3 GIU. 2010

Prot. N. 5 0276
Allegati: 1

Ai Revisori dei conti in
rappresentanza del MEF nei
Collegi di revisione o
sindacali degli Enti pubblici
Loro Sedi

e, per conoscenza:

Al Gabinetto del Sig. Ministro
SEDE
(rif. prot. n.9665 del
28.4.2010)

OGGETTO: Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie da parte degli Enti pubblici
ai sensi dell'art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177

Si fa seguito alla circolare n. 16 del 6 aprile 2009, concernente l'oggetto, ed al cui contenuto si fa rinvio, per informare le SS.LL. che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 30/10/CONS del 4 febbraio 2010 (all. 1) ha prorogato al 30 settembre 2010 l'invio delle comunicazioni delle spese pubblicitarie da parte degli Enti pubblici ai sensi dell'art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 che dovranno essere effettuate in conformità al nuovo modello telematico reso disponibile all'indirizzo www.agcom.it/entipubblici a partire dal 1° luglio 2010, da compilare ed inviare all'indirizzo di posta elettronica entipubblici@agcom.it.

Le comunicazioni devono essere inviate anche nel caso in cui non siano state effettuate spese pubblicitarie nell'ultimo esercizio finanziario.

Pertanto, si invitano le SS.LL. a voler vigilare affinché gli enti presso cui svolgono funzioni di revisione provvedano a comunicare i dati richiesti e ad assicurare che tale adempimento rivesta carattere di continuità nel tempo.

Il Ragioniere Generale dello Stato

Contino

DELIBERA N. 30/10/CONS

**DIFFERIMENTO DEI TERMINI PER LA TRASMISSIONE DELLE
COMUNICAZIONI RELATIVE ALLE SPESE PUBBLICITARIE DELLE
AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE E DEGLI ENTI PUBBLICI DI CUI
ALL'ART. 10, COMMA 2 DELLA DELIBERA N. 129/02/CONS E
APPROVAZIONE DEL
NUOVO MODELLO DI COMUNICAZIONE**

L'AUTORITA'

NELLA sua riunione il Consiglio del 4 febbraio 2010;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, istitutiva dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni;

VISTA la legge 25 febbraio 1987, n. 67, recante "*Rinnovo della legge 5 agosto 1981 n. 416, recante disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria*", e in particolare l'articolo 5, commi 1, 2, 3 e 4;

VISTA la legge 3 maggio 2004, n.112 recante: "*Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione*" e in particolare l'articolo 7, commi 10, 11 e 12;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante "*Testo unico della radiotelevisione*", e in particolare l'art. 41 che disciplina le modalità di destinazione delle somme per l'acquisto di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione di massa per fini di comunicazione istituzionale;

VISTA la delibera dell'Autorità n. 129/02/CONS del 24 aprile 2002, recante "*Informativa economica di sistema*", ed in particolare l'articolo 10 relativo all'obbligo di comunicazione delle spese di carattere pubblicitario per le amministrazioni statali e gli enti pubblici relative a ciascun esercizio finanziario;

VISTA la delibera dell'Autorità n. 129/03/CONS del 16 aprile 2003, recante "*Trasmissione telematica delle dichiarazioni concernenti le comunicazioni annuali al Registro degli operatori di comunicazione e delle dichiarazioni concernenti l'informativa economica di sistema*";

VISTA la delibera n. 139/05/CONS del 7 marzo 2005, recante "*Informativa economica di sistema - Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie degli enti pubblici*";

VISTA la Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 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”*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 4 novembre 2009, n.257, sulla quale il Consiglio ha reso il proprio parere nella seduta del 14 settembre 2009;

CONSIDERATO che la summenzionata Direttiva, concernente le disposizioni di cui all’art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, ha inteso chiarire determinate interpretazioni non univoche da parte delle Amministrazioni pubbliche, e più in generale degli Enti pubblici sottoposti all’obbligo di comunicazione, in riferimento alla corretta definizione e ripartizione degli importi destinati all’acquisto di spazi per fini di comunicazione istituzionale;

RILEVATA altresì la necessità di adeguare le procedure finalizzate alla qualificazione funzionale e alla imputazione delle singole spese per acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa ai fini del rispetto delle quote d’obbligo per la comunicazione istituzionale, e alla conseguente comunicazione obbligatoria da parte dei soggetti di cui all’articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, alla luce dei criteri indicati nella citata Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri”.

RILEVATA a tal fine la necessità, da parte di quest’Autorità, di provvedere ad elaborare un nuovo *form* telematico “Enti Pubblici”, preposto alla comunicazione dei dati in conformità all’art. 41, che tenga conto di quanto previsto dalla Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri di cui sopra, nonché di un nuovo sistema di consultazione ed indicizzazione dei dati che consenta l’accesso anche da parte dei Co.Re.Com delegati alla vigilanza;

TENUTO CONTO che l’Autorità si avvale, per l’esercizio delle funzioni di vigilanza in materia di destinazione della pubblicità di cui all’art. 41, dei Comitati regionali per le comunicazioni, così come previsto dal comma 3 del medesimo articolo, quali organi funzionali, all’uopo delegati per mezzo di apposite convenzioni, che nella specifica attività si attengono alle procedure operative elaborate dall’Autorità mediante apposite linee guida e manuali relativi all’esercizio uniforme delle attività delegate;

CONSIDERATA, altresì, la necessità di prevedere un congruo arco temporale che consenta la divulgazione delle nuove modalità di comunicazione telematiche a tutti gli Enti destinatari dell’obbligo di cui all’art. 41;

UDITA la relazione dei Commissari Stefano Mannoni e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell’art. 29 del regolamento di organizzazione e funzionamento dell’Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. Il termine per l'invio delle comunicazioni di cui all'articolo 10 comma 2 della delibera 129/02/CONS, relative all'anno 2009, è prorogato al 30 settembre 2010.
2. Al fine di consentire il passaggio al nuovo sistema telematico di raccolta, le comunicazioni dovranno essere inviate a decorrere dal 1 luglio 2010.
3. Le comunicazioni di cui al comma 1 sono effettuate in conformità al nuovo modello telematico, allegato alla presente delibera di cui costituisce parte integrante, reso disponibile all'indirizzo www.agcom.it/entipubblici a partire dal 1° luglio 2010.
4. La trasmissione telematica del modello va effettuata anche nel caso in cui le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici non abbiano impegnato, nell'esercizio precedente, alcuna somma per l'acquisto dei predetti spazi.
5. Il modello telematico è compilato ed inviato all'indirizzo di posta elettronica entipubblici@agcom.it a cura del responsabile di ogni singolo centro di spesa dell'Ente, a mezzo della casella di posta elettronica certificata assegnata all'Ente in conformità all'art.47 del d.lgs. 4 aprile 2006, n. 159.
6. Ai fini della determinazione delle spese per l'acquisto degli spazi pubblicitari, le Amministrazioni pubbliche applicano integralmente i criteri e le modalità individuate dalla Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009. Le disposizioni della Direttiva si applicano altresì agli Enti pubblici anche economici laddove non siano incompatibili con la natura dell'ente.
7. L'Autorità provvederà a diffondere, presso i Co.re.com., una circolare contenente le nuove modalità applicative affinché questi ne diano massima divulgazione agli Enti pubblici interessati nei relativi territori di competenza.
8. L'Autorità, al fine di consentire ai Co.re.com delegati, l'esercizio uniforme dell'attività di vigilanza in materia di destinazione della

pubblicità delle Pubbliche Amministrazioni e degli Enti pubblici emanerà apposite linee guida e manuali operativi.

9. La presente delibera è pubblicata priva di allegati nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, ed è resa disponibile sul sito web dell'Autorità <http://www.agcom.it>.

Roma, 4 febbraio 2010

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Stefano Mannoni

IL COMMISSARIO RELATORE
Sebastiano Sortino

per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Viola