

## CONSIGLIO REGIONALE DELLA SARDEGNA

---

### PROPOSTA DI LEGGE

N. 237/A

presentata dai Consiglieri regionali

DESINI - MANCA Gavino - MANCA Pier Mario - PINNA Giuseppino - ZEDDA Alessandra -  
COCCO Daniele Secondo - TRUZZU - COMANDINI - TUNIS - AZARA - PITTALIS -  
CAPPELLACCI - CHERCHI Oscar - FASOLINO - LOCCI - PERU - RANDAZZO - TEDDE -  
TOCCO - FORMA

il 3 luglio 2015

Realizzazione di campagne pubblicitarie degli attrattori e dei prodotti della Sardegna

\*\*\*\*\*

### RELAZIONE DEL PROPONENTE

Con la presente proposta di legge si intende autorizzare l'Amministrazione regionale a realizzare e veicolare campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna attraverso i canali di comunicazione di cui dispongono le società sportive professionistiche sarde.

Le società sportive professionistiche sarde si rivelano strategiche per la promozione turistica del territorio e delle eccellenze produttive della Sardegna in considerazione della loro eccezionale capacità di diffusione del messaggio pubblicitario.

È noto, infatti, che i club sportivi, i loro atleti e le loro attività hanno un notevole seguito di tifosi e curiosi, oltre all'accesso ai media e ad ulteriori e diversificati mezzi di comunicazione. Ciò li rende dei forti catalizzatori dell'attenzione del pubblico e, tra l'altro, di un pubblico particolarmente ampio e variegato per caratteristiche socio-demografiche che, grazie alla partecipazione ai campionati delle discipline sportive più seguite e ai risultati raggiunti nell'attività agonistica, si estende oltre i confini regionali.

Per tale motivo, deve riconoscersi ai suddetti soggetti la capacità di attrarre i flussi turistici in Sardegna anche durante i mesi non estivi, nell'ottica dell'esigenza di destagionalizzazione dei flussi stessi.

I proponenti sono consci del fatto che, in forza dell'articolo 6, comma 9, del decreto legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito dalla legge 30 luglio 2010, n. 122, a decorrere dall'anno 2011 le amministrazioni pubbliche non possono effettuare spese per sponsorizzazioni.

È necessario, tuttavia, distinguere la pubblicità dalla sponsorizzazione.

A tale proposito, con specifico riferimento all'attività sportiva, la giurisprudenza civile (Cass. civ. n. 428/1996) differenzia il contratto di pubblicità ordinario dalla sponsorizzazione sulla base del rapporto tra l'attività promozionale, pubblicitaria, e gli eventi sportivi: si può affermare che si ha pubblicità, in relazione ad un evento sportivo se tra l'attività promozionale e lo stesso evento c'è un rapporto di occasionalità, mentre si ha sponsorizzazione quando sussiste, tra gli elementi di cui sopra, uno specifico abbinamento (cosiddetto "abbinamento pubblicitario"). La caratteristica peculiare della sponsorizzazione rispetto all'ordinario contratto di pubblicità è costituita dallo stretto legame tra la divulgazione dell'immagine e/o dei segni distintivi dello sponsor e la manifestazione, in quanto detto soggetto utilizza proprio quel determinato evento (confidando nella capacità di presa e nella forza di suggestione dello stesso) per promuovere la propria figura nei confronti degli utenti dell'evento medesimo.

In tale ottica, con la presente proposta di legge s'intende autorizzare la realizzazione e la veicolazione di messaggi pubblicitari attraverso i canali di comunicazione delle società sportive professionistiche con l'esplicita precisazione che le azioni da realizzare attraverso la campagna promozionale, definite con deliberazione della Giunta regionale, non dovranno legare, se non occasionalmente, i messaggi pubblicitari ai singoli eventi sportivi.

Il testo si compone di 3 articoli.

L'articolo 1 individua al comma 1 l'oggetto e l'obiettivo della proposta di legge: autorizzare l'Amministrazione regionale ad effettuare le spese necessarie per la realizzazione e la veicolazione di campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna per il tramite delle società sportive professionistiche aventi sede nel territorio regionale, in considerazione del fatto che tali soggetti dispongono di canali e strategie di comunicazione dotati di notevole efficacia, in grado di diffondere il messaggio pubblicitario presso un target audience ampio e diversificato, con l'obiettivo di attrarre i flussi turistici in Sardegna anche durante i mesi non estivi.

Al comma 2 si demanda alla Giunta regionale la concreta definizione delle azioni, dei mezzi di diffusione e della durata della campagna pubblicitaria, dei criteri di ripartizione delle risorse finanziarie, nonché l'individuazione e la regolamentazione della procedura per l'affidamento delle relative prestazioni nel rispetto dei principi comunitari e delle norme di legge in materia.

Al comma 3, al fine di distinguere la campagna pubblicitaria oggetto della proposta di legge dalle sponsorizzazioni, si pone un limite alla Giunta regionale, che potrà individuare le azioni da realizzare soltanto tra quelle occasionalmente legate agli eventi sportivi.

Al comma 4 si precisa che la gestione delle risorse finanziarie di cui al presente articolo rientra nell'ambito di competenza dell'Assessorato regionale del turismo, artigianato e commercio. A tale proposito, si osserva che la legge regionale 9 gennaio 2015, n. 1 (Suppressione dell'Agenzia governativa regionale Sardegna Promozione) ha soppresso l'Agenzia Sardegna Promozione e ha stabilito, all'articolo 2, che l'Assessorato regionale del turismo, artigianato e commercio subentra nelle competenze della soppressa agenzia in materia di promozione e coordinamento turistico. Pertanto, la promozione turistica rientra tra le competenze istituzionali dell'Assessorato in questione.

L'articolo 2 detta la norma finanziaria e l'articolo 3 disciplina l'entrata in vigore della legge.

RELAZIONE DELLA QUINTA COMMISSIONE PERMANENTE INDUSTRIA, COMMERCIO,  
ARTIGIANATO, TURISMO, COOPERAZIONE, ENERGIA, ATTIVITÀ ESTRATTIVE, FORE-  
STAZIONE, AGRICOLTURA, CACCIA, PESCA, ACQUACOLTURA

composta dai Consiglieri

LOTTO, Presidente - CRISPONI, Vice presidente - LEDDA, Segretario - TEDDE, Segretario - CAP-  
PELLACCI - CARTA - COMANDINI - FLORIS - MANCA Pier Mario - MORICONI - RUBIU -  
TENDAS

*Relazione*

*On. DESINI*

*pervenuta il 4 agosto 2015*

La proposta di legge n. 237 è stata assegnata all'esame della Quinta Commissione permanente dal Presidente del Consiglio il 7 luglio 2015.

La Quinta Commissione ha avviato l'esame de provvedimento nella seduta del 30 luglio 2015.

In tale sede la Commissione ha ritenuto di condividere l'impostazione e le finalità della proposta di legge n. 237, diretta a realizzare specifiche campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna attraverso i canali di comunicazione delle società sportive professionistiche sarde, in considerazione della loro notevole capacità di diffusione del messaggio pubblicitario.

Nel corso della seduta la Commissione ha concluso l'esame degli articoli della proposta di legge n. 237 e ha deliberato di richiedere il parere della Terza Commissione sulle norme di carattere finanziario, ai sensi del comma 1 dell'articolo 45 del Regolamento interno, sospendendo l'approvazione finale del testo in esame.

Nella medesima seduta, anche l'Assessore regionale del turismo, artigianato e commercio ha espresso il proprio apprezzamento per l'impostazione del provvedimento.

La Terza Commissione, con nota del 4 agosto 2015, ha espresso un parere favorevole sugli aspetti finanziari della proposta di legge, con talune osservazioni in merito alle modalità di stesura della norma finanziaria.

La Quinta commissione, nella seduta del 4 agosto 2015, ha esitato a maggioranza la proposta di legge n. 237, recependo le osservazioni della Terza Commissione in merito alla formulazione della norma finanziaria e accogliendo un emendamento all'articolo 1, comma 2, con cui si fissa al 31 marzo di ogni anno, a partire dal 2016, il termine entro il quale la Giunta regionale adotta la deliberazione che definisce gli obiettivi e le modalità operative delle campagne pubblicitarie.

\*\*\*\*\*

La Terza Commissione, nella seduta del 4 agosto 2015, ha espresso a maggioranza l'allegato parere favorevole con osservazioni sugli aspetti finanziari del provvedimento in oggetto e ha nominato relatore in Consiglio, ai sensi dell'articolo 45, comma 2 del Regolamento interno, il Presidente.

La proposta di legge in esame autorizza per l'anno 2015 la spesa di euro 2.100.000 al fine di realizzare, per il tramite delle società sportive professionistiche isolane, campagne pubblicitarie sugli attrattori e i prodotti regionali sardi. A tali oneri si prevede di far fronte, per euro 1.000.000, definanziando l'autorizzazione di spesa di euro 1.000.000 per l'anno 2015 di cui all'articolo 33, comma 7, della legge regionale 9 marzo 2015, n. 5 (legge finanziaria 2015) destinata all'attuazione del protocollo d'intesa relativo all'evento "American's Cup World Series Cagliari - Sardinia"; per ulteriori euro 1.100.000, invece, mediante utilizzo di quota parte delle risorse già iscritte in bilancio all'UPB S06.02.002 per la realizzazione degli interventi di promozione turistica disciplinati nella legge regionale 21 aprile 1955, n. 7 (Provvedimenti per manifestazioni, propaganda e opere turistiche). Con riferimento agli oneri scaturenti a decorrere dall'anno 2016, la proposta sancisce il carattere facoltativo ed eventuale di tali spese: si provvederà, infatti "nei limiti degli stanziamenti di bilancio annualmente a ciò destinati" e, quindi, se e nella misura in cui il legislatore deciderà di stanziare risorse in bilancio per tali finalità.

Dall'esame dei dati presenti nel sistema informativo regionale di contabilità risulta sufficiente disponibilità negli stanziamenti di bilancio dai quali si prevede di attingere.

Per ragioni di maggiore chiarezza espositiva si suggerisce alla Commissione di merito di riformulare la norma finanziaria nei seguenti termini:

"1. Agli oneri derivanti dall'applicazione della presente legge, determinati per l'anno 2015 in euro 2.100.000, si fa fronte rispettivamente:

- a) quanto ad euro 1.000.000 per l'anno 2015 mediante corrispondente riduzione dell'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 33, comma 7, della legge regionale 9 marzo 2015, n. 5 (legge finanziaria 2015) iscritta in conto dell'UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per lo stesso anno. Conseguentemente, il comma 7 dell'articolo 33 della citata legge regionale n. 5 del 2015 è abrogato;
- b) quanto ad ulteriori euro 1.100.000 per l'anno 2015 mediante utilizzo di quota parte delle risorse già destinate agli interventi di cui alla legge regionale 21 aprile 1955, n. 7 (Provvedimenti per manifestazioni, propaganda e opere turistiche) e successive modificazioni e integrazioni, iscritte in conto dell'UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per lo stesso anno.

2. Gli oneri derivanti dall'attuazione della presente legge gravano per l'anno 2015 sulla succitata UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per l'anno 2015; a decorrere dall'anno 2016, ai relativi oneri si fa fronte nei limiti degli stanziamenti di bilancio annualmente a ciò destinati."

**TESTO DEL PROPONENTE**

## Art. 1

Campagne pubblicitarie tramite  
le società sportive

1. L'Amministrazione regionale è autorizzata ad effettuare le spese necessarie per la realizzazione e la veicolazione di campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna per il tramite delle società sportive professionistiche aventi sede nel territorio regionale, che dispongono di canali e strategie di comunicazione dotati di notevole efficacia, con un'elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale, in grado di raggiungere un pubblico particolarmente ampio e diversificato.

2. Gli obiettivi, le azioni, i mezzi di diffusione e la durata della campagna pubblicitaria, la procedura per l'affidamento delle relative prestazioni nel rispetto dei principi comunitari e delle norme di legge in materia e i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie sono definiti con deliberazione adottata dalla Giunta regionale entro sessanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge su proposta dell'Assessore regionale del turismo, artigianato e commercio.

3. Le azioni da realizzare attraverso la campagna promozionale non prevedono, in ogni caso, uno specifico abbinamento tra il messaggio pubblicitario e i singoli eventi sportivi, che restano legati da un mero rapporto di occasionalità.

4. La gestione delle risorse finanziarie di cui al presente articolo è attribuita all'Assessorato regionale del turismo, artigianato e commercio.

**TESTO DELLA COMMISSIONE**

## Art. 1

Campagne pubblicitarie tramite  
le società sportive

1. L'Amministrazione regionale è autorizzata ad effettuare le spese necessarie per la realizzazione e la veicolazione di campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna per il tramite delle società sportive professionistiche aventi sede nel territorio regionale, che dispongono di canali e strategie di comunicazione dotati di notevole efficacia, con un'elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale, in grado di raggiungere un pubblico particolarmente ampio e diversificato.

2. A far fronte dall'anno 2016, gli obiettivi, le azioni, i mezzi di diffusione e la durata della campagna pubblicitaria, la procedura per l'affidamento delle relative prestazioni nel rispetto dei principi comunitari e delle norme di legge in materia e i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie sono definiti con deliberazione adottata dalla Giunta regionale entro il 31 marzo di ogni anno, su proposta dell'Assessore regionale del turismo, artigianato e commercio.

3. Le azioni da realizzare attraverso la campagna promozionale non prevedono, in ogni caso, uno specifico abbinamento tra il messaggio pubblicitario e i singoli eventi sportivi, che restano legati da un mero rapporto di occasionalità.

4. La gestione delle risorse finanziarie di cui al presente articolo è attribuita all'Assessorato regionale del turismo, artigianato e commercio.

## Art. 2

## Norma finanziaria

1. Gli oneri derivanti dall'applicazione della presente legge sono determinati in euro 2.100.000 per l'anno 2015; per gli anni successivi, agli oneri derivanti dall'applicazione della legge si provvede nei limiti degli stanziamenti di bilancio annualmente a ciò destinati.

2. Agli stessi oneri si provvede mediante l'utilizzo di quota parte delle risorse già destinate alla promozione e propaganda nei settori del turismo, artigianato e commercio di cui all'autorizzazione di spesa della legge regionale 21 aprile 1955, n. 7 (Provvedimenti per manifestazioni, propaganda e opere turistiche), e dell'articolo 33, comma 7, della legge regionale 9 marzo 2015, n. 5 (legge finanziaria 2015), iscritte in conto della UPB S06.02.002 del bilancio regionale per gli anni 2015-2017 e di quelle corrispondenti per gli anni successivi.

## Art. 3

## Entrata in vigore

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione nel Bollettino ufficiale della Regione autonoma della Sardegna (BURAS).

## Art. 2

## Norma finanziaria

1. Agli oneri derivanti dall'applicazione della presente legge, determinati per l'anno 2015 in euro 2.100.000, si fa fronte rispettivamente:

- a) quanto ad euro 1.000.000 per l'anno 2015 mediante corrispondente riduzione dell'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 33, comma 7, della legge regionale 9 marzo 2015, n. 5 (legge finanziaria 2015) iscritta in conto dell'UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per lo stesso anno; conseguentemente, il comma 7 dell'articolo 33 della citata legge regionale n. 5 del 2015 è abrogato;
- b) quanto ad ulteriori euro 1.100.000 per l'anno 2015 mediante utilizzo di quota parte delle risorse già destinate agli interventi di cui alla legge regionale 21 aprile 1955, n. 7 (Provvedimenti per manifestazioni, propaganda e opere turistiche) e successive modifiche ed integrazioni, iscritte in conto dell'UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per lo stesso anno.

2. Gli oneri derivanti dall'attuazione della presente legge gravano per l'anno 2015 sulla succitata UPB S06.02.002 del bilancio di previsione della Regione per l'anno 2015; a decorrere dall'anno 2016, ai relativi oneri si fa fronte nei limiti degli stanziamenti di bilancio annualmente a ciò destinati.

## Art. 3

## Entrata in vigore

(identico)