



Unione europea
Fondo sociale europeo



MINISTERO DEL LAVORO
E DELLA PREVIDENZA SOCIALE
UFFICIO CENTRALE PER L'ORIENTAMENTO E LA
FORMAZIONE PROFESSIONALE DEI LAVORATORI

Fondo

Obiettivo 3

**PIANO DI COMUNICAZIONE
AZIONI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ**

QUADRO COMUNITARIO DI SOSTEGNO 2000-2006

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE

Azioni di sistema - Italia

**FONDO SOCIALE EUROPEO
OBIETTIVO 3**

europ

2000-2006



**MINISTERO DEL LAVORO
E DELLA PREVIDENZA SOCIALE**

**UFFICIO CENTRALE PER L'ORIENTAMENTO E LA
FORMAZIONE PROFESSIONALE DEI LAVORATORI**

PIANO DI COMUNICAZIONE

Azioni di informazione e pubblicità

**Quadro Comunitario di Sostegno
2000-2006
Italia Obiettivo 3**

-

**Programma Operativo Nazionale Obiettivo 3
"Azioni di sistema" 2000-2006**

Responsabile editoriale:
DOTT.^{ESSA} VERA MARINCIONI

Coordinamento editoriale:
DOTT.^{ESSA} STEFANIA PINARDI
DOTT.^{ESSA} ELENA VISCUSI

Progetto grafico ed impaginazione:
Villani&Villani s.r.l.

Tipografia: Eagle - Narni (TR)
Finito di stampare: luglio 2001



1. Introduzione	5
1.1 IL RUOLO STRATEGICO DELL'INFORMAZIONE	6
1.2 I PRINCIPI DELL'INFORMAZIONE	7
1.3 IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE FSE	8
2. Piano di comunicazione	11
2.1 PREMessa	12
2.2 IL PIANO D'AZIONE PER L'INFORMAZIONE E LA PUBBLICITÀ	13
AZIONI E STRUMENTI TARGET A	16
AZIONI E STRUMENTI TARGET B	18
AZIONI E STRUMENTI TARGET C	20
AZIONI E STRUMENTI TARGET D	22
2.3 AMMINISTRAZIONE COMPETENTE E MODALITÀ DI ATTUAZIONE	23
2.4 PIANO FINANZIARIO	24
2.5 AZIONI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ REALIZZATE CON RISORSE NAZIONALI	24
3. Normativa comunitaria	27
REGOLAMENTO (CE) 1159/00 DELLA COMMISSIONE DEL 30 MAGGIO 2000	28
4. Normativa nazionale	39
LEGGE 233/90 DEL 6 AGOSTO 1990	41
LEGGE 150/00 DEL 7 GIUGNO 2000	73
DIRETTIVA PCM DEL 27 SETTEMBRE 2000	89
5. L'emblema europeo	95

Introduzione



1.1. IL RUOLO STRATEGICO DELL'INFORMAZIONE

Dopo aver "portato l'Italia in Europa" è tempo di "portare più Europa in Italia". È tempo cioè di rafforzare la coscienza della cittadinanza europea, fondata da quello stesso trattato di Maastricht ed è tempo di rilanciare il ruolo strategico dell'informazione e della comunicazione.

Promuovere la conoscenza delle istituzioni e delle politiche dell'Unione, in particolare delle opportunità che queste offrono ai cittadini europei è divenuta una priorità nel processo di costruzione e legittimazione europea. La situazione italiana, per quanto riguarda la percezione e la conoscenza di questo processo, va colta nella sua specificità.

Il consenso dell'opinione pubblica italiana nei confronti dell'integrazione europea è ormai consolidato, ma non è ancora sostenuto da una diffusa conoscenza di tale processo e dei suoi effetti sulla vita dei cittadini dell'Unione.

Il panorama dell'informazione sull'Europa resta frammentario e disomogeneo. Occorre promuovere il coordinamento dei vari "fornitori" dell'informazione e sviluppare un sistema di comunicazione organico e razionale.

Occorre rendere l'informazione più visibile, semplice.

I cittadini sono spesso destinatari passivi dell'informazione. Occorre, pertanto, sviluppare strumenti di interazione e strumenti di rilevazione della domanda. L'informazione si deve cioè coniugare con la comunicazione. Le attività di informazione e comunicazione devono avere obiettivi chiari, rispondenti ai bisogni dell'utenza, che varia da una Regione all'altra. Il successo di queste azioni dipende, in sostanza, dalla capacità di adattare queste informazioni e comunicazioni ai bisogni ed alle attese dei destinatari. Occorre moltiplicare forme di sinergia e cooperazione con le istituzioni comunitarie sia per rispondere alle dinamiche della politica di informazione europea, sia per rispetto del principio di sussidiarietà e di decentramento.

L'impegno che il Ministero del Lavoro, in particolare l'Ufficio Centrale OFPL, assume in tale contesto è preciso:

- accrescere la visibilità e la trasparenza della realtà politico-istituzionale dell'Unione europea;
- offrire un servizio pubblico di informazione e comunicazione immediatamente fruibile al grande pubblico, alle altre Amministrazioni pubbliche, agli enti locali, alle scuole, alle università, alle associazioni di categoria, ai soggetti attuatori e gestori, ecc.;
- assicurare un ruolo di coordinamento ed orientamento sulle fonti di informazione esistenti a livello nazionale, locale e comunitario;
- favorire, oltre alle attività tradizionali (ricerche, pubblicazioni, dibattiti), un uso strategico delle più moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in linea con l'ammmodernamento degli strumenti di informazione comunitaria. In particolare promuovere gli strumenti telematici di seconda generazione che facilitino l'accesso e la comprensione nonché forme di interazione tra l'utente ed i servizi informativi collegati;
- creare un meccanismo di promozione e di collegamento attraverso un sistema di reti di sportelli al pubblico. Attraverso tali reti, agevolare la conoscenza dei meccanismi di accesso e utilizzo degli strumenti di coesione e sviluppo comunitari (Fondi strutturali, in particolare il FSE);
- offrire un servizio di supporto alle attività di formazione ai soggetti pubblici interessati.

L'intento finale è quello di favorire un sistema organico di iniziative volte alla promozione della conoscenza delle istituzioni e delle politiche dell'Unione in Italia, con particolare riferimento, naturalmente, al ruolo del Fondo Sociale Europeo come strumento finanziario di aiuto all'occupazione ed allo sviluppo delle risorse umane.

1.2. I PRINCIPI DELL'INFORMAZIONE

Da una analisi autocritica del "Piano di informazione" realizzato nella precedente programmazione comunitaria 1994-1999 si sono potuti individuare i seguenti problemi:

- la mancanza di una strategia globale coordinata per comunicare gli obiettivi e le politiche dell'Unione europea;
- tale mancanza di coordinamento ha provocato una eccessiva quantità di informazione, non sempre di qualità sufficiente;
- non si sono fatti studi sul pubblico destinatario dell'informazione, per cui non si è tenuto conto del tipo di informazione desiderata;
- il linguaggio è stato troppo tecnocratico ed i mezzi di comunicazione più moderni non sono stati utilizzati sufficientemente;
- il pubblico è diventato più attento, quando non diffidente, verso le autorità pubbliche. I cittadini vogliono informazione, migliori spiegazioni e servizi più rapidi ed efficienti, rifiutando la propaganda ed i luoghi comuni.

Alla luce di quanto sopra, per la nuova programmazione comunitaria 2000-2006, l'Ufficio Centrale OFPL ha adottato i seguenti principi per una nuova strategia di comunicazione:

- l'informazione fa parte integrante della comunicazione e deve essere autentica, completa, semplice e chiara. È così che si pratica la **trasparenza**;
- la politica d'informazione e comunicazione deve essere pertinente e, quindi, **deve adattarsi alla domanda** tenendo conto del pubblico a cui è diretta, che deve essere chiaramente identificato;
- l'approccio deve essere coerente, per cui è necessario un coordinamento tra i diversi fornitori di informazione;
- l'informazione deve essere **semplice** e rapidamente disponibile;
- l'efficacia delle azioni di informazione e comunicazione deve essere **monitorata e valutata**.

TRASPARENZA

Lo status di ogni documento, di ciascuna informazione e di ciascun commento deve essere preciso e chiaro. Il linguaggio utilizzato per l'informazione e la comunicazione deve tener conto della diversità dell'opinione pubblica e dei contesti culturali regionali.

Una attenzione particolare deve essere accordata ai vari mezzi di comunicazione, come componenti essenziali del processo di informazione.

ADATTAMENTO ALLA DOMANDA

È necessario rispondere ai bisogni dei cittadini quando si definiscono le politiche di comunicazione. Affinare i mezzi esistenti per valutare le tendenze dell'opinione pubblica e mettere a punto nuovi metodi per assicurare un adeguato sfruttamento di questo materiale (sondaggi di opinione, ecc.). Le attività di informazione e comunicazione devono avere obiettivi chiari, rispondenti ai bisogni dei cittadini, che variano da una Regione all'altra, nonché alle necessità di un pubblico specializzato (decisori politici, opinion maker, ambienti economici e sindacali, donne, giovani, ecc.). Il successo delle azioni dipende dalla capacità di adattare le informazioni e comunicazioni ai bisogni ed alle attese dei destinatari.

COORDINAMENTO

Non ci possono essere coerenza ed efficacia se non esiste un coordinamento adeguatamente organizzato. Elemento essenziale perché il pubblico valuti chiaramente le azioni informative previste. L'U-

COFPL, pur riconoscendo le rispettive responsabilità, deve avere un ruolo sinergico per assicurarsi la cooperazione attiva delle altre istituzioni pubbliche, in particolare delle Regioni, Province, ecc. Ciascuna istituzione pubblica coinvolta deve essere consapevole del suo ruolo nell'informazione e nella comunicazione e lo deve svolgere. È assolutamente necessario che le sinergie con le altre istituzioni nazionali e locali si trasformino in forme concrete di "partenariato". È importante ricordare che tutti hanno una responsabilità condivisa: informare e stimolare il dibattito sulle politiche comunitarie.

SEMPLICITÀ

L'informazione ed i mezzi di diffusione devono essere semplici per essere efficaci. Bisogna fare in modo che il grande pubblico, gli opinion maker, le parti sociali e gli altri fruitori specializzati abbiano facilmente accesso ad informazioni affidabili, nella forma più adeguata.

Le principali fonti di informazione non sono più soltanto quelle scritte, ma soprattutto i media audiovisivi ed informatici. Le reti e le relazioni esterne migliorano l'efficacia, la flessibilità e la penetrazione delle attività di informazione e di comunicazione. Esse costituiscono un mezzo supplementare per fare partecipare, nello stesso tempo, il grande pubblico ed i gruppi di interesse.

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Valutare l'efficacia delle azioni di informazione e comunicazione assicurando un feed-back adeguato per facilitare il processo di aggiustamento.

La verifica del risultato rappresenta il "momento della verità" di ogni attività di comunicazione. È indispensabile per capire quale impatto il messaggio abbia suscitato, per individuare la differenza tra quello che si era pensato ed il risultato finale, per raccogliere elementi importanti da utilizzare nelle successive azioni di comunicazione.

1.3. IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE FSE

L'Unione europea ha voluto assegnare alla comunicazione un ruolo sempre più centrale all'interno della nuova programmazione dei Fondi strutturali. Gli orientamenti in materia sono chiari e sono stati espressi in diversi Regolamenti che riflettono il dibattito europeo sul tema della comunicazione incentrato sul concetto che le misure dovrebbero mirare ad aumentare la consapevolezza su quanto viene deciso in sede europea e l'azione di comunicazione dovrebbe mettere in luce obiettivi e risultati, attraverso precisi piani di comunicazione. I piani di comunicazione devono a loro volta individuare i diversi target e modulare l'informazione sulle diverse esigenze di conoscenza sia da parte dei beneficiari (dagli esperti alle organizzazioni non governative, dai parlamentari agli amministratori locali), sia più in generale da parte del grande pubblico. Strategicamente i piani di comunicazione dovranno basarsi sul concetto della massima trasparenza, trattando i diversi temi con semplicità ma anche col dovuto e necessario approfondimento.

Si possono distinguere due linee guida generali che identificano l'azione di comunicazione: già il Regolamento (CE) n. 1260/99 recante disposizioni generali sui Fondi strutturali, stabiliva che le attività ed i piani inerenti i Fondi "devono essere resi pubblici" e che l'autorità di gestione "ha la responsabilità di assicurare che l'intervento sia reso pubblico" nei confronti dei "potenziali beneficiari finali, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative interessate in merito alla possibilità offerte dall'intervento". Inoltre è compito dell'autorità di gestione informare "l'opinione pubblica in

merito al ruolo svolto dalla Commissione in favore dell'intervento ed ai risultati conseguiti".

VISIBILITÀ E TRASPARENZA

Questo concetto è stato ulteriormente ribadito e specificato in dettaglio dal Regolamento (CE) n. 1159/2000 relativo alle azioni di informazione e pubblicità a cura degli Stati Membri sugli interventi dei Fondi strutturali, dove si localizza in particolare il concetto di trasparenza e di omogeneità dell'informazione negli Stati, oltre alla responsabilità dell'autorità di gestione del rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità. Nelle disposizioni generali che regolano l'informazione e la pubblicità sugli interventi dei Fondi strutturali, si chiarisce che le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi "mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza dell'azione dell'Unione europea" e a dare in tutti gli Stati membri "una immagine omogenea degli interventi".

Se è dunque necessario "garantire la trasparenza nei confronti dei potenziali beneficiari ed informare in maniera esauriente sull'andamento degli interventi", è altrettanto importante "garantire la visibilità delle realizzazioni" informando "esaurientemente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo della programmazione".

I regolamenti ribadiscono così una doppia valenza della comunicazione, che deve mirare ad una informazione corretta e trasparente sia nei confronti degli utenti (destinatari delle azioni e beneficiari finali), che nei confronti dell'opinione pubblica in generale (grande pubblico). La strategia di comunicazione prevederà dunque due livelli di intervento: azioni mirate ed azioni ad ombrello.

Le azioni informative e pubblicitarie devono essere presentate sotto forma di "Piani d'azione di comunicazione" per ciascun Programma operativo. Il piano delle azioni di comunicazione deve in particolare menzionare:

- gli obiettivi delle azioni ed il pubblico cui sono rivolte
- i contenuti e la strategia delle azioni di informazione e comunicazione
- il bilancio di previsione
- i servizi amministrativi o gli organismi competenti per la loro esecuzione
- i criteri seguiti per la valutazione delle azioni realizzate.

IL MESSAGGIO DEL FONDO SOCIALE

Naturalmente ciascun Fondo dovrà mirare a divulgare, oltre alle informazioni sui programmi specifici, il messaggio fondamentale che ne informa l'azione e che determina il nesso comune agli altri interventi dei Fondi strutturali nei diversi Paesi dell'Unione. In particolare, la comunicazione sul Fondo sociale europeo mira a "contribuire allo sviluppo dell'occupazione favorendo l'impiegabilità, lo spirito imprenditoriale, la capacità di adattamento, le pari opportunità nonché investire nelle risorse umane". Nell'attuale programmazione il piano di comunicazione nazionale realizzato dal Ministero del Lavoro – Ufficio Centrale OFPL non prevede azioni specifiche per i beneficiari finali ed i destinatari del fondo bensì azioni di supporto per i decisori e di informazione per l'opinione pubblica sull'andamento della programmazione. Saranno invece le Regioni ad occuparsi dell'informazione per i cittadini, secondo modalità e con gli strumenti che riterranno più opportuni, ma sicuramente in una logica di "rete" che favorisca le sinergie e la cooperazione con gli organismi competenti operanti sul territorio e si ponga al centro di un nuovo sviluppo dei rapporti con i media locali e nazionali. La promozione di azioni di comunicazione sarà anche occasione di promozione della crescita, nelle amministrazioni, di professionalità specifiche, nello spirito dei Regolamenti comunitari e della recente normativa nazionale in materia.

**Il piano di comunicazione
2000-2006**



2.1. PREMESSA

Rispetto alla precedente programmazione dei Fondi strutturali, le azioni di comunicazione relative al periodo 2000-2006 si diversificano per due fattori principali: il forte decentramento a favore delle amministrazioni regionali e locali ed il collegamento tra Fondo Sociale Europeo e strategia europea per l'occupazione.

Il primo fattore fa sì che le amministrazioni centrali non individuino più come target principale l'utenza finale degli interventi cofinanziati, bensì i soggetti coinvolti nella programmazione, gestione e valutazione dei Programmi Operativi. Spetterà, infatti, direttamente alle singole Autorità di gestione dei PO svolgere azioni di comunicazione verso i destinatari finali.

Il secondo fattore riguarda, invece, le finalità delle azioni di comunicazione sul FSE, che dovranno tener conto dello stretto legame presente nei nuovi Regolamenti tra il Fondo e la Strategia europea per l'occupazione. Tale legame persegue una maggiore integrazione e coesione fra tutti gli interventi mirati al perseguimento della crescita economica, strutturale e sociale, da conseguire attraverso l'espansione dell'occupazione e il processo di riforma dei sistemi che governano l'istruzione, la formazione ed il mercato del lavoro.

La comunicazione sugli interventi del Fondo Sociale Europeo diventa quindi lo strumento per dare visibilità alle politiche attive per il lavoro e agli interventi sulle risorse umane, dando una immagine omogenea degli interventi su tutto il territorio nazionale, al fine di contribuire alla realizzazione delle linee strategiche previste dal Programma Operativo Nazionale:

- riforma dei servizi per l'impiego
- riforma della formazione professionale
- integrazione tra il sistema della formazione professionale, dell'istruzione e università, del lavoro
- sostegno ad una strategia nazionale di indirizzo e coordinamento delle politiche per l'inserimento sociale e professionale dei soggetti svantaggiati
- sostegno allo sviluppo ed al consolidamento di un sistema nazionale di formazione continua
- promozione dell'adeguamento delle competenze della Pubblica Amministrazione
- necessità di definire e rendere operativa la strategia del mainstreaming delle pari opportunità e di valorizzare le azioni positive
- necessità di disporre di un sistema nazionale che consenta una più precisa conoscenza ed una valutazione del FSE.

Le azioni di informazione e pubblicità del Piano riguarderanno gli interventi previsti dal Quadro Comunitario di Sostegno Obiettivo 3 e dal Piano Operativo Nazionale Azioni di Sistema Obiettivo 3. Il quadro normativo di riferimento del Piano è rappresentato:

- dalla Direttiva 92/50/CE e successive integrazioni e modificazioni;
- dal Decreto legislativo n. 157/95 e successive integrazioni e modificazioni;
- dal Regolamento (CE) n. 1159/2000 della Commissione relativo alla azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali;
- dal Regolamento (CE) n. 1260/1999 del Consiglio recante disposizioni generali sui Fondi strutturali;
- dal Regolamento (CE) n. 1784/1999 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo Sociale Europeo;
- dal Regolamento (CE) n. 1685 concernente le spese ammissibili;
- dalla Decisione n. 1120/2000 della Commissione recante approvazione del Quadro comunitario

- di sostegno per gli interventi strutturali comunitari previsti dall'Obiettivo n. 3 in Italia;
- dalla Decisione n. 2079/2000 recante approvazione di un programma operativo del Ministero del Lavoro che si inserisce nel quadro comunitario di sostegno per gli interventi strutturali comunitari previsti dall'Obiettivo n. 3 in Italia;
 - da tutta la normativa nazionale di riferimento e di regolamentazione sull'utilizzo dei media a tutela dell'informazione.

Tutte le azioni di informazione e pubblicità sono oggetto di esame e valutazione da parte del Comitato di Sorveglianza.

Il Ministero del Lavoro – Ufficio Centrale Orientamento e Formazione Professionale è responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione Fondo Sociale Europeo.

2.2. PIANO DI AZIONE PER L'INFORMAZIONE E LA PUBBLICITA'

Il piano di comunicazione è il documento base nella programmazione delle attività di comunicazione. Per l'elaborazione del Piano 2000-2006 si è proceduto approfondendo le seguenti fasi:

- **Analisi** (è stata analizzata la "situazione di partenza" e definito il quadro generale in cui dovrà agire la comunicazione).
- **Individuazione degli obiettivi** (sono stati precisati gli scopi che ci si prefigge di raggiungere con il messaggio).
- **Definizione del pubblico** (momento fondamentale dell'azione comunicativa è "segmentare" il pubblico a cui di volta in volta ci si deve rivolgere).
- **Scelta dei contenuti** (oltre agli elementi individuati occorre garantire una corrispondenza tra il messaggio ed i fatti).
- **Scelta del linguaggio** (è molto importante scegliere un linguaggio comprensibile e decifrabile. Un linguaggio che anziché allontanare cerchi di raggiungere davvero l'interlocutore).
- **Scelta dei mezzi** (così come il pubblico, anche il mezzo non è uno e indistinto. Tecniche e strumenti sono stati definiti e dosati in base ad elementi certi (caratteristiche del pubblico, importanza del messaggio, volontà dell'Amministrazione), anche per evitare il pericolo di una eccessiva "esposizione" sui diversi canali di comunicazione).
- **Ascoltare e valutare le reazioni del destinatario** (è l'azione "circolare" che distingue le attività di comunicazione da quelle di informazione. Attivare questa sorta di dialogo tra l'Amministrazione ed i suoi diversi pubblici è elemento decisivo per una buona comunicazione).
- **Verifica del risultato** (è il "momento della verità" di ogni attività di comunicazione. È indispensabile per capire quale impatto il messaggio abbia suscitato, per individuare la differenza tra quello che si è pensato ed il risultato finale, per raccogliere elementi importanti da utilizzare nelle successive azioni di comunicazione).

Sono stati definiti quattro elementi fondamentali:

- **gli obiettivi da raggiungere**
- **il pubblico a cui ci si rivolge**
- **le attività e gli strumenti da adottare**
- **i metodi di verifica e misurazione dei risultati raggiunti**

OBIETTIVI

Obiettivo generale è quello di creare un sistema organico di iniziative visibile, trasparente, coordinato, efficace ed efficiente a livello nazionale, rivolto a varie tipologie di utenze, secondo quanto espresso dai Regolamenti comunitari, dal QCS Ob. 3 e dal PON Azioni di sistema Ob. 3, per assicurare la conoscenza delle politiche comunitarie, con particolare riferimento al ruolo del Fondo Sociale Europeo come strumento finanziario di aiuto all'occupazione ed allo sviluppo delle risorse umane.

Obiettivo strategico è quello di accrescere la notorietà delle azioni dell'Unione europea per prevenire e combattere la disoccupazione, dando una immagine omogenea e coordinata degli interventi e degli strumenti offerti dal FSE; sostenere la strategia europea e nazionale per l'occupazione; offrire un servizio pubblico di informazione e comunicazione immediatamente fruibile; agevolare la conoscenza dei meccanismi di accesso ed utilizzo degli strumenti di coesione e sviluppo comunitari; garantire visibilità sulle attività finanziate e sui meccanismi di partecipazione, nonché di diffusione dei risultati; affiancare le singole Autorità di gestione nell'attività di informazione sul territorio. Tutte le iniziative saranno realizzate di concerto con i competenti servizi della Commissione europea.

Si ritiene, infine, utile ricordare quanto dispone l'art. 2 All. al Reg. (CE) n. 1159/2000 del 30 maggio 2000 circa i destinatari delle azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei Fondi strutturali: "Le azioni informative e pubblicitarie hanno lo scopo di: informare i potenziali beneficiari finali, nonché le autorità regionali e locali e le altre autorità pubbliche competenti; le organizzazioni professionali e gli ambienti economici; le parti economiche e sociali; le organizzazioni non governative, in particolare gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela ed il miglioramento dell'ambiente; gli operatori o i promotori dei progetti ...".

PUBBLICO DI RIFERIMENTO

Le azioni previste si rivolgono a quattro macro-categorie (*target*) di riferimento:

- A. LE ISTITUZIONI**
- B. I MEDIA**
- C. GLI INFLUENTI**
- D. L'OPINIONE PUBBLICA**

A loro volta queste macro-categorie possono essere analizzate ed articolate in singoli segmenti di pubblico da raggiungere.

A. Istituzioni

- Governo
- Parlamento
- Enti pubblici di riferimento
- Regioni
- Province
- Comuni

B. Media

- Agenzie di stampa
- Quotidiani di informazione e di economia, nazionali e locali

- Periodici di informazione e di economia
- Periodici familiari, femminili, costume
- Periodici specializzati settore lavoro, formazione, impresa
- TV nazionali e locali, radio nazionali e locali, media on-line

C. Influenti

- Università
- Istituti di formazione
- Organizzazioni di orientamento professionale
- Associazioni imprenditoriali di categoria
- Sindacati dei lavoratori
- Servizi e strutture per le imprese
- Centri studi e società di ricerca sui settori lavoro/formazione
- Opinion leaders aree cultura, economia, mondo giovanile

D. Opinione pubblica

- Cittadini disoccupati di lunga durata o esposti al rischio di disoccupazione di lunga durata
- Studenti
- Giovani laureati in cerca di primo impiego
- Giovani diplomati in cerca di opportunità di qualificazione professionale
- Cittadini appartenenti a fasce deboli
- Cittadini interessati agli strumenti esistenti per la creazione di impresa
- Cittadini già occupati interessati ad aggiornare la propria professionalità
- Operatori della formazione professionale e del mondo del lavoro interessati ad avere un aggiornamento continuo
- Donne

ATTIVITÀ E STRUMENTI

Le attività previste riguardano essenzialmente la produzione e diffusione di materiali finalizzati a favorire l'accesso, la gestione e la sorveglianza degli interventi del FSE nel rispetto dei nuovi regolamenti, al fine di garantire una informazione completa del quadro delle azioni, stimolando l'integrazione ed il rafforzamento (ed evitando la sovrapposizione) delle politiche.

È prevista la promozione di cinque canali informativi:

- 1. prodotti editoriali e audiovisivi**
- 2. prodotti informatico/multimediale**
- 3. iniziative seminariali**
- 4. fiere e manifestazioni**
- 5. mass-media.**

In base ai target individuati, si riportano in tabella le azioni previste e la descrizione degli strumenti.

AZIONI E STRUMENTI TARGET A

ISTITUZIONI

- **GOVERNO**
- **PARLAMENTO**
- **ENTI PUBBLICI DI RIFERIMENTO**
- **REGIONI**
- **PROVINCE**
- **COMUNI**

OBIETTIVI

- Rendere pubblico il piano di comunicazione
- Informare in modo esauriente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione
- Informare sull'avvio degli interventi, sulle diverse fasi di realizzazione, sul ruolo svolto dall'Unione europea nel settore della formazione, dell'orientamento, dell'occupazione e dello sviluppo delle risorse umane
- Attuare iniziative di informazione sulla gestione, la sorveglianza e la valutazione degli interventi
- Informazioni sulle pratiche amministrative da espletare, sui criteri di selezione delle gare di appalto, sull'ammissibilità delle spese, sui controlli
- Supporto informativo sulle manifestazioni, riunioni, incontri dei comitati di sorveglianza e dei gruppi tecnici
- Divulgazione delle informazioni destinate ai potenziali beneficiari di azioni formative, di occupazione o di azioni che rientrano nel campo dello sviluppo delle risorse umane

CANALI	STRUMENTI	DESCRIZIONE
PRODOTTI EDITORIALI E AUDIOVISIVI	PERIODICI	Newsletter rivolta a soggetti istituzionalmente coinvolti nelle attività di programmazione e gestione degli interventi cofinanziati dall'Unione Europea. Si prevedono anche numeri di approfondimento monotematici.
	OPUSCOLI MONOGRAFICI	Prodotti di supporto e accompagnamento all'attuazione del QCS (dossier specifici, guide pratiche, ecc.).
	PRODOTTI AUDIOVISIVI	Video istituzionale. Realizzazione di una serie di spot che illustreranno assi e misure relativamente al target di riferimento.
	PRODOTTI CARTACEI	Pubblicazione della documentazione di supporto per la programmazione 2000-2006; depliants; brochure; folder, linee guida, modulistica tipo, diffusione di regolamenti, leggi, decreti, circolari di carattere comunitario e nazionale e loro applicabilità e modalità operative, ecc.
PRODOTTI INFORMATICO/ MULTIMEDIALI	INTERNET	Sito web di riferimento sul FSE con informazioni destinate ai soggetti coinvolti nell'attuazione, gestione e sorveglianza dei PO, nonché all'utenza finale. Informazione capillare e diffusa verso i diversi target: pubblici e privati, opinione pubblica e operatori: ricerca facilitata e guidata; consultazione continua e mirata; aggiornamento costante dei contenuti e dei documenti; contenuti multimediali (immagini, testi, video, link, ...). Aree espressamente previste per gli operatori, gli utenti finali, i mediatori sociali (forum interattivi, formazione a distanza, documentazione di supporto, indirizzi utili, link istituzionali, modulistica tipo, legislazione, decreti e circolari utili, modalità di accesso ai finanziamenti, modalità di rendicontazione, esiti istruttoria valutazione progetti, ecc.).
	FOGLIO ELETTRONICO	FSE mail: iniziativa editoriale per guidare l'utente all'interno della rete Internet facilitando la ricerca su materiali a interesse comunitario.
	Cd-ROM	Prodotti informativi ipertestuali.
INIZIATIVE SEMINARIALI	SEMINARI	Incontri tematici per l'informazione sull'andamento dell'attuazione della Programmazione 2000-2006; briefing specifici per gli operatori per illustrare linee guida per la predisposizione e realizzazione degli interventi cofinanziabili per tutte le misure (anche presso associazioni, enti, ecc.)
	HELP DESK	Sportello informativo di assistenza e consulenza agli operatori per la comunicazione e diffusione delle diverse informazioni in merito alla realizzazione delle varie azioni di sistema (distribuzione dei bandi, prima informativa sulle modalità di accesso ai finanziamenti, alle procedure di accreditamento, tempi e modi di presentazione dei progetti, problemi interpretativi, informazione sugli esiti dell'istruttoria a seguito delle valutazioni sull'ammissibilità, raccolta segnalazione di inadempimenti, ecc.).
FIERE E MANIFESTAZIONI	FORUM P.A.	Partecipazione annuale con proprio stand ad una manifestazione fieristica a carattere nazionale dove essere presenti con materiale informativo e uno sportello di servizio al pubblico.
MASS-MEDIA	SERVIZIO STAMPA	Servizio stampa dedicato al FSE, attraverso il coinvolgimento della rete dei responsabili regionali dell'informazione. Diffusione di notizie sulle radiotelevisioni nazionali e locali: elaborazione di un piano media di informazione e pubblicità attraverso i giornali, le radio, le TV locali e nazionali, i cinema, ...). Organizzazione di conferenze stampa.

AZIONI E STRUMENTI TARGET B

MEDIA

- **AGENZIE DI STAMPA**
- **QUOTIDIANI DI INFORMAZIONE E DI ECONOMIA, NAZIONALI E LOCALI**
- **PERIODICI DI INFORMAZIONE E DI ECONOMIA**
- **PERIODICI FAMILIARI, FEMMINILI, COSTUME**
- **PERIODICI SPECIALIZZATI SETTORE LAVORO, FORMAZIONE, IMPRESA**
- **TV NAZIONALI E LOCALI, RADIO NAZIONALI E LOCALI, MEDIA ON-LINE**

OBIETTIVI

- Rendere pubblico il piano di comunicazione
- Informare in modo esauriente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione
- Informare sull'avvio degli interventi, sulle diverse fasi di realizzazione, sul ruolo svolto dall'Unione europea nel settore della formazione, dell'orientamento, dell'occupazione e dello sviluppo delle risorse umane
- Attuare iniziative di informazione sulla gestione, la sorveglianza e la valutazione degli interventi
- Informazioni sulle pratiche amministrative da espletare, sui criteri di selezione delle gare di appalto, sull'ammissibilità delle spese, sui controlli
- Supporto informativo sulle manifestazioni, riunioni, incontri dei comitati di sorveglianza e dei gruppi tecnici
- Divulgazione delle informazioni destinate ai potenziali beneficiari di azioni formative, di occupazione o di azioni che rientrano nel campo dello sviluppo delle risorse umane

CANALI	STRUMENTI	DESCRIZIONE
PRODOTTI EDITORIALI E AUDIOVISIVI	PERIODICI	Newsletter rivolta a soggetti istituzionalmente coinvolti nelle attività di programmazione e gestione degli interventi cofinanziati dall'Unione Europea. Si prevedono anche numeri di approfondimento monotematici.
	OPUSCOLI MONOGRAFICI	Prodotti di supporto e accompagnamento all'attuazione del QCS (dossier specifici, guide pratiche, ecc.).
	PRODOTTI AUDIOVISIVI	Video istituzionale. Realizzazione di una serie di spot che illustreranno assi e misure relativamente al target di riferimento.
	PRODOTTI CARTACEI	Pubblicazione della documentazione di supporto per la programmazione 2000-2006; depliants; brochure; folder, linee guida, modulistica tipo, diffusione di regolamenti, leggi, decreti, circolari di carattere comunitario e nazionale e loro applicabilità e modalità operative, ecc.
PRODOTTI INFORMATICO/ MULTIMEDIALI	INTERNET	Sito web di riferimento sul FSE con informazioni destinate ai soggetti coinvolti nell'attuazione, gestione e sorveglianza dei PO, nonché all'utenza finale. Informazione capillare e diffusa verso i diversi target: pubblici e privati, opinione pubblica e operatori: ricerca facilitata e guidata; consultazione continua e mirata; aggiornamento costante dei contenuti e dei documenti; contenuti multimediali (immagini, testi, video, link, ...). Aree espressamente previste per gli operatori, gli utenti finali, i mediatori sociali (forum interattivi, formazione a distanza, documentazione di supporto, indirizzi utili, link istituzionali, modulistica tipo, legislazione, decreti e circolari utili, modalità di accesso ai finanziamenti, modalità di rendicontazione, esiti istruttoria valutazione progetti, ecc.).
	FOGLIO ELETTRONICO	FSE mail: iniziativa editoriale per guidare l'utente all'interno della rete Internet facilitando la ricerca su materiali a interesse comunitario.
	Cd-ROM	Prodotti informativi ipertestuali.
INIZIATIVE SEMINARIALI	SEMINARI	Incontri tematici per l'informazione sull'andamento dell'attuazione della Programmazione 2000-2006; briefing specifici per gli operatori per illustrare linee guida per la predisposizione e realizzazione degli interventi cofinanziabili per tutte le misure (anche presso associazioni, enti, ecc.)
	HELP DESK	Sportello informativo di assistenza e consulenza agli operatori per la comunicazione e diffusione delle diverse informazioni in merito alla realizzazione delle varie azioni di sistema (distribuzione dei bandi, prima informativa sulle modalità di accesso ai finanziamenti, alle procedure di accreditamento, tempi e modi di presentazione dei progetti, problemi interpretativi, informazione sugli esiti dell'istruttoria a seguito delle valutazioni sull'ammissibilità, raccolta segnalazione di inadempimenti, ecc.).
FIERE E MANIFESTAZIONI	FORUM P.A.	Partecipazione annuale con proprio stand ad una manifestazione fieristica a carattere nazionale dove essere presenti con materiale informativo e uno sportello di servizio al pubblico.
MASS-MEDIA	SERVIZIO STAMPA	Servizio stampa dedicato al FSE, attraverso il coinvolgimento della rete dei responsabili regionali dell'informazione. Diffusione di notizie sulle radiotelevisioni nazionali e locali: elaborazione di un piano media di informazione e pubblicità attraverso i giornali, le radio, le TV locali e nazionali, i cinema, ...). Organizzazione di conferenze stampa.

AZIONI E STRUMENTI TARGET C

INFLUENTI

- UNIVERSITÀ
- ISTITUTI DI FORMAZIONE
- ORGANIZZAZIONI DI ORIENTAMENTO PROFESSIONALE
- ASSOCIAZIONI IMPRENDITORIALI DI CATEGORIA
- SINDACATI DEI LAVORATORI
- SERVIZI E STRUTTURE PER LE IMPRESE
- CENTRI STUDI E SOCIETÀ DI RICERCA SUI SETTORI LAVORO/FORMAZIONE
- OPINION LEADERS AREE CULTURA, ECONOMIA, MONDO GIOVANILE

OBIETTIVI

- Rendere pubblico il piano di comunicazione
- Informare in modo esauriente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione
- Informare sull'avvio degli interventi, sulle diverse fasi di realizzazione, sul ruolo svolto dall'Unione europea nel settore della formazione, dell'orientamento, dell'occupazione e dello sviluppo delle risorse umane
- Attuare iniziative di informazione sulla gestione, la sorveglianza e la valutazione degli interventi
- Informazioni sulle pratiche amministrative da espletare, sui criteri di selezione delle gare di appalto, sull'ammissibilità delle spese, sui controlli
- Supporto informativo sulle manifestazioni, riunioni, incontri dei comitati di sorveglianza e dei gruppi tecnici
- Divulgazione delle informazioni destinate ai potenziali beneficiari di azioni formative, di occupazione o di azioni che rientrano nel campo dello sviluppo delle risorse umane

CANALI	STRUMENTI	DESCRIZIONE
PRODOTTI EDITORIALI E AUDIOVISIVI	PERIODICI	Newsletter rivolta a soggetti istituzionalmente coinvolti nelle attività di programmazione e gestione degli interventi cofinanziati dall'Unione Europea. Si prevedono anche numeri di approfondimento monotematici.
	OPUSCOLI MONOGRAFICI	Prodotti di supporto e accompagnamento all'attuazione del QCS (dossier specifici, guide pratiche, ecc.).
	PRODOTTI AUDIOVISIVI	Video istituzionale. Realizzazione di una serie di spot che illustreranno assi e misure relativamente al target di riferimento.
	PRODOTTI CARTACEI	Pubblicazione della documentazione di supporto per la programmazione 2000-2006; depliants; brochure; folder, linee guida, modulistica tipo, diffusione di regolamenti, leggi, decreti, circolari di carattere comunitario e nazionale e loro applicabilità e modalità operative, ecc.
PRODOTTI INFORMATICO/ MULTIMEDIALI	INTERNET	Sito web di riferimento sul FSE con informazioni destinate ai soggetti coinvolti nell'attuazione, gestione e sorveglianza dei PO, nonché all'utenza finale. Informazione capillare e diffusa verso i diversi target: pubblici e privati, opinione pubblica e operatori: ricerca facilitata e guidata; consultazione continua e mirata; aggiornamento costante dei contenuti e dei documenti; contenuti multimediali (immagini, testi, video, link, ...). Aree espressamente previste per gli operatori, gli utenti finali, i mediatori sociali (forum interattivi, formazione a distanza, documentazione di supporto, indirizzi utili, link istituzionali, modulistica tipo, legislazione, decreti e circolari utili, modalità di accesso ai finanziamenti, modalità di rendicontazione, esiti istruttoria valutazione progetti, ecc.).
	FOGLIO ELETTRONICO	FSE mail: iniziativa editoriale per guidare l'utente all'interno della rete Internet facilitando la ricerca su materiali a interesse comunitario.
	CD-ROM	Prodotti informativi ipertestuali.
INIZIATIVE SEMINARIALI	SEMINARI	Incontri tematici per l'informazione sull'andamento dell'attuazione della Programmazione 2000-2006; briefing specifici per gli operatori per illustrare linee guida per la predisposizione e realizzazione degli interventi cofinanziabili per tutte le misure (anche presso associazioni, enti, ecc.)
	HELP DESK	Sportello informativo di assistenza e consulenza agli operatori per la comunicazione e diffusione delle diverse informazioni in merito alla realizzazione delle varie azioni di sistema (distribuzione dei bandi, prima informativa sulle modalità di accesso ai finanziamenti, alle procedure di accreditamento, tempi e modi di presentazione dei progetti, problemi interpretativi, informazione sugli esiti dell'istruttoria a seguito delle valutazioni sull'ammissibilità, raccolta segnalazione di inadempimenti, ecc.).
FIERE E MANIFESTAZIONI	FORUM P.A.	Partecipazione annuale con proprio stand ad una manifestazione fieristica a carattere nazionale dove essere presenti con materiale informativo e uno sportello di servizio al pubblico.
MASS-MEDIA	SERVIZIO STAMPA	Servizio stampa dedicato al FSE, attraverso il coinvolgimento della rete dei responsabili regionali dell'informazione. Diffusione di notizie sulle radiotelevisioni nazionali e locali: elaborazione di un piano media di informazione e pubblicità attraverso i giornali, le radio, le TV locali e nazionali, i cinema, ...). Organizzazione di conferenze stampa.

AZIONI E STRUMENTI TARGET D

OPINIONE PUBBLICA

- CITTADINI DISOCCUPATI DI LUNGA DURATA O ESPOSTI AL RISCHIO DI DISOCCUPAZIONE DI LUNGA DURATA
- STUDENTI
- GIOVANI LAUREATI IN CERCA DI PRIMO IMPIEGO
- GIOVANI DIPLOMATI IN CERCA DI OPPORTUNITÀ DI QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE
- CITTADINI APPARTENENTI A FASCE DEBOLI
- CITTADINI INTERESSATI AGLI STRUMENTI ESISTENTI PER LA CREAZIONE DI IMPRESA
- CITTADINI GIÀ OCCUPATI INTERESSATI AD AGGIORNARE LA PROPRIA PROFESSIONALITÀ
- OPERATORI DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE E DEL MONDO DEL LAVORO INTERESSATI AD AVERE UN AGGIORNAMENTO CONTINUO
- DONNE

OBIETTIVI

- Informare in modo esauriente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione
- Divulgazione delle informazioni destinate ai potenziali beneficiari di azioni formative, di occupazione o di azioni che rientrano nel campo dello sviluppo delle risorse umane
- Informare sull'avvio degli interventi, sulle diverse fasi di realizzazione, sul ruolo svolto dall'Unione europea nel settore della formazione, dell'orientamento, dell'occupazione e dello sviluppo delle risorse umane

CANALI	STRUMENTI	DESCRIZIONE
FIERE E MANIFESTAZIONI	FORUM P.A.	Partecipazione annuale con proprio stand ad una manifestazione fieristica a carattere nazionale dove essere presenti con materiale informativo e uno sportello di servizio al pubblico.
MASS-MEDIA	SERVIZIO STAMPA	Servizio stampa dedicato al FSE, attraverso il coinvolgimento della rete dei responsabili regionali dell'informazione. Diffusione di notizie sulle radiotelevisioni nazionali e locali: elaborazione di un piano media di informazione e pubblicità attraverso i giornali, le radio, le TV locali e nazionali, i cinema, ...). Organizzazione di conferenze stampa.

Verifica e misurazione dei risultati

La verifica e la misurazione dei risultati dell'attività di comunicazione è indispensabile per capire quale impatto il messaggio abbia suscitato, per individuare la differenza tra quello che si era pensato e quello che è stato percepito, per raccogliere elementi importanti da utilizzare nelle successive azioni di informazione.

Si propone la messa a punto di un sistema di indicatori che permetta una attenta azione di monitoraggio e valutazione del piano.

Tale sistema si compone di:

- indicatori di realizzazione (esame degli output delle attività)
- indicatori di risultato (misurazione del conseguimento degli obiettivi strategici)
- indicatori di impatto (misurazione del conseguimento degli obiettivi generali)

Si prevedono due tipi di valutazione: di medio termine e finale.

La valutazione di medio termine, realizzata entro il 31 dicembre 2003, permetterà eventuali adeguamenti alla revisione di metà percorso.

La valutazione finale verrà realizzata alla fine del periodo di programmazione.

2.3. AMMINISTRAZIONE COMPETENTE E MODALITA' DI ATTUAZIONE

Il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale – Ufficio Centrale OFPL è competente per l'attuazione del Piano di comunicazione quale Amministrazione capofila del Fondo Sociale Europeo in Italia ed Autorità di gestione del Quadro Comunitario di Sostegno Obiettivo 3 e del Piano Operativo Nazionale Azioni di sistema Obiettivo 3.

L'Ufficio Centrale OFPL, per le parti convenzionate con la Direzione Generale per l'Impiego, si coordinerà con la stessa per l'attuazione degli interventi relativi.

Il Ministero invierà un rapporto annuale di esecuzione alla Commissione nel quale, come previsto dal Regolamento sui Fondi strutturali, saranno "ricomprese le misure adottate per assicurare la pubblicità dell'intervento".

Il Ministero del Lavoro convoca periodicamente il Gruppo tecnico "Informazione e Pubblicità" per preparare ed istruire le questioni sulle materie da discutere nell'ambito del Comitato di Sorveglianza del PON Azioni di sistema Obiettivo 3.

Il responsabile del Piano è la dr.ssa Vera Marincioni, Dirigente della Divisione I^A dell'Ufficio Centrale OFPL.

2.4. PIANO FINANZIARIO

Il Piano di Comunicazione e Informazione è finanziato con le risorse del Fondo Sociale Europeo previste dal Piano Operativo Nazionale Azioni di sistema Ob. 3 – Asse F, Misura F2, espressamente dedicata a migliorare i sistemi di monitoraggio, valutazione, informazione e controllo.

Il costo delle azioni e le iniziative previste è stimabile in L. 10.000.000.000= (lire diecimiliardi), pari a 5.164.568,99 Euro, salvo verifiche in corso di sviluppo dei singoli progetti esecutivi.

Risorse informazione e pubblicità (in migliaia di lire)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Totale
Prodotti informatico/ Multimediali	100.000	500.000	500.000	400.000	400.000	500.000	500.000	2.900.000
Prodotti editoriali e audiovisivi	200.000	500.000	300.000	300.000	400.000	400.000	400.000	2.500.000
Iniziative seminariali	100.000	200.000	200.000	400.000	300.000	300.000	400.000	1.900.000
Fiere e manifestazioni	200.000	400.000	300.000	300.000	200.000	100.000	200.000	1.700.000
Mass-media	100.000	200.000	200.000	100.000	200.000	100.000	100.000	1.000.000
Totale	700.000	1.800.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.400.000	1.600.000	10.000.000











2.5. AZIONI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ REALIZZATE CON RISORSE NAZIONALI

Sulla base di un articolato Piano di Comunicazione annuale l'Ufficio Centrale OFPL realizza una serie di azioni di informazione e pubblicità mirate a sostenere e sviluppare una strategia globale di approccio e di sostegno alle tematiche legate all'orientamento, alla formazione professionale ai fabbisogni formativi, alle politiche occupazionali nonché alle iniziative e programmi comunitari.

La complementarietà delle iniziative e degli strumenti utilizzati è un elemento qualificante del suddetto Piano.

Tutte le azioni previste, oltre ad essere speculari al target di riferimento, risultano integrate tra loro in modo da raggiungere più facilmente ed in maniera esaustiva ed efficace l'utenza alla quale sono destinate (fruitori dei servizi ed operatori di settore).

I servizi e le attività sono realizzati esclusivamente con risorse nazionali, anche al fine di soddisfare il principio dell'addizionalità delle risorse, più volte raccomandato dalla Commissione europea.

CANALI	STRUMENTI	DESCRIZIONE
PRODOTTI EDITORIALI E AUDIOVISIVI	NOTIZIARIO FOP 	Rivista istituzionale, articolata su tre finestre: Europa, Italia, Regioni, è rivolta agli operatori del settore e offre una panoramica ampia ed esauriente su tutte le iniziative e problematiche relative all'orientamento, alla formazione e al mondo del lavoro.
	CD-CARD 	Prodotti informativi di agile formato, tascabili e di facile consultazione sono utilizzate sia dall'utenza finale che da operatori ed agenzie formative.
	FOLDER INFORMATIVO 	Trattasi di un folder intitolato "Formalavoro" che tramite una "job-line" individua percorsi possibili per l'ingresso nel mercato del lavoro, dando nel contempo riferimenti, indirizzi utili e notizie per orientare le proprie scelte professionali; uno strumento destinato soprattutto ai giovani.
	OPUSCOLI MONOGRAFICI 	Elaborazione e stampa di opuscoli tematici: "Speciale lavoro".
PRODOTTI INFORMATICO/MULTIMEDIALI	CD-ROM 	Realizzati allo scopo di diffondere i risultati di ricerche, iniziative, nonché esempi di buone prassi realizzate dall'UCOFPL.
	NUMERO VERDE CALL CENTER 	Servizio di informazione all'utenza su tutte le iniziative a sostegno dell'orientamento, della formazione e dell'occupazione.
INIZIATIVE SEMINARIALI	MANIFESTAZIONI, SEMINARI, FIERE 	Organizzazione di eventi fieristici, informativi/espositivi e culturali distribuiti sul territorio nazionale.
	INFORMAZIONE ITINERANTE 	Servizio itinerante di informazione sul mondo della formazione professionale, dell'orientamento e del lavoro, che fa tappa con la sua tensostruttura e con i suoi 3 motorhome in numerose città italiane, dando vita al villaggio del lavoro.
MASS-MEDIA	TV, RADIO E GIORNALI 	Piano di comunicazione radiotelevisivo su tutto il territorio nazionale. Collaborazione con testate giornalistiche e conferenze stampa.
PUBBLICITÀ	CAMPAGNE 	Realizzazione campagne pubblicitarie ed informative.

Normativa comunitaria



IT Gazzetta ufficiale delle Comunità europee 31.5.2000 L 130/30

REGOLAMENTO (CE) N. 1159/2000 DELLA COMMISSIONE del 30 maggio 2000

relativo alle azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,
visto il regolamento (CE) n. 1260/1999 del Consiglio, del 21 giugno 1999, recante disposizioni generali sui Fondi strutturali ⁽¹⁾, in particolare l'articolo 53, paragrafo 2,
considerando quanto segue:

- (1) L'articolo 46 del regolamento (CE) n. 1260/1999 prevede azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei Fondi strutturali.
- (2) A norma dell'articolo 34, paragrafo 1, lettera h), del regolamento (CE) n. 1260/1999, l'autorità di gestione incaricata dell'esecuzione di un intervento strutturale comunitario è responsabile del rispetto degli obblighi in materia di informazione e i pubblicità.
- (3) L'articolo 46, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 1260/1999 precisa che l'autorità di gestione ha la responsabilità di garantire che l'intervento sia reso pubblico e in particolare di informare i potenziali beneficiari finali, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative interessate alle possibilità offerte dall'intervento, nonché l'opinione pubblica sul ruolo svolto dalla Comunità in favore dell'intervento e ai risultati conseguiti da quest'ultimo.
- (4) Conformemente al paragrafo 3 del suddetto articolo, gli Stati membri consultano la Commissione e l'informano annualmente circa le iniziative assunte ai fini delle azioni informative e pubblicitarie.
- (5) In forza dell'articolo 18, paragrafo 3, e dell'articolo 19, paragrafo 4, del regolamento (CE) n. 1260/1999, per ciascun programma operativo e per ciascun documento unico di programmazione, il complemento di programmazione comprende le misure che devono garantire l'informazione e la pubblicità dell'intervento conformemente all'articolo 46.
- (6) A norma dell'articolo 35, paragrafo 3, lettera e), del regolamento (CE) n. 1260/1999, i comitati di sorveglianza esaminano e approvano i rapporti annuali e il rapporto finale di esecu-

⁽¹⁾ GU L 161 del 26.6.1999, pag.1.

zione degli interventi prima che siano trasmessi alla Commissione. A norma dell'articolo 37, paragrafo 2, dello stesso regolamento, detti rapporti forniscono indicazioni sulle misure di competenza dell'autorità di gestione e del comitato di sorveglianza intese e garantire la qualità e l'efficienza delle misure pubblicitarie sull'intervento in causa. Ai sensi dell'articolo 40, paragrafo 4, i risultati delle valutazioni sono messi, su richiesta, a disposizione del pubblico, previo accordo del comitato di sorveglianza sulla valutazione intermedia prevista entro e non oltre il 31 dicembre 2003.

(7) La decisione 94/342/CE della Commissione, del 31 maggio 1994, relativa ad azioni informative e pubblicitarie, a cura degli Stati membri, sugli interventi dei Fondi strutturali e dello Strumento finanziario di orientamento della pesca (SFOP)⁽²⁾, resta applicabile agli aiuti concessi a norma del regolamento (CEE) n.2052/88 del Consiglio, del 24 giugno 1988, relativo alle missioni dei Fondi a finalità strutturali, alla loro efficacia e al coordinamento dei loro interventi e i quelli della Banca europea per gli investimenti e degli altri strumenti finanziari esistenti⁽³⁾, modificato da ultimo dal regolamento(CE) n.3193/94⁽⁴⁾, nonché a norma dei regolamenti adottati in applicazione di quest'ultimo.

(8) Il comitato di cui all'articolo 147 del trattato, il comitato per le strutture agricole e lo sviluppo rurale e il comitato per il settore della pesca e dell'acquacoltura sono stati consultati sul presente regolamento. Le misure previste dal presente regolamento sono conformi al parere del comitato per lo sviluppo e la riconversione delle regioni,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Il dettaglio delle norme in materia d'informazione e i pubblicità sugli interventi dei Fondi strutturali a norma del regolamento (CE) n.1260/1999 è definito nell'allegato del presente regolamento.

Articolo 2

Il presente regolamento entra in vigore il terzo giorno successivo alla pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee .

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 30 maggio 2000.

Per la Commissione Michel BARNIER Membro della Commissione

⁽²⁾ GU L 152 del 18.6.1994, pag.39.

⁽³⁾ GU L 185 del 15.7.1988, pag.9.

⁽⁴⁾ GU L 337 del 24.12.1994, pag.11.

ALLEGATO

MODALITÀ D'APPLICAZIONE IN MATERIA D'INFORMAZIONE E DI PUBBLICITÀ SUGLI INTERVENTI DEI FONDI STRUTTURALI

1. Disposizioni generali e campo d'applicazione

Le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei Fondi strutturali mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza dell'azione dell'Unione europea e a dare in tutti gli Stati membri un'immagine omogenea degli interventi in causa. Tali azioni riguardano gli interventi del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), del Fondo sociale europeo (FSE), del Fondo europeo agricolo di orientamento e i garanzia (FEAOG), sezione «orientamento», oppure dello Strumento finanziario di orientamento della pesca (SFOP).

Le azioni informative e pubblicitarie enunciate in appresso si riferiscono ai Quadri comunitari di sostegno (QCS), ai Programmi operativi, ai Documenti unici di programmazione (DOCUP) e ai Programmi di iniziativa comunitaria definiti dal regolamento (CE) n.1260/1999.

La pubblicità in loco spetta alle autorità di gestione competenti per l'esecuzione di tali interventi. Essa viene effettuata di concerto con i servizi della Commissione, che vengono informati sulle misure adottate con questo fine.

Le autorità nazionali e regionali competenti adottano tutte le disposizioni amministrative necessarie per garantire l'applicazione effettiva delle presenti disposizioni e per cooperare con i servizi della Commissione.

2. Obiettivi e destinatari delle azioni informative e pubblicitarie

Le azioni informative e pubblicitarie hanno lo scopo di:

- 2.1. Informare i potenziali beneficiari finali, nonché
 - le autorità regionali e locali e le altre autorità pubbliche competenti,
 - le organizzazioni professionali e gli ambienti economici,
 - le parti economiche e sociali,
 - le organizzazioni non governative, in particolare gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela e il miglioramento dell'ambiente,
 - gli operatori o i promotori dei progetti,sulle possibilità offerte dagli interventi realizzati congiuntamente dall'Unione europea e dagli Stati membri, in modo da garantirne la trasparenza;
- 2.2. informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea, in collaborazione con gli Stati membri, in favore dell'intervento sui risultati ottenuti da quest'ultimo.

3. Attuazione delle azioni informative e pubblicitarie

3.1. Modalità

3.1.1. Preparazione delle misure

Le azioni informative e pubblicitarie sono presentate sotto forma di piano di azioni di comunicazione per ciascun Programma operativo e ciascun Documento unico di programmazione (DOCUP). Se necessario, i piani vengono presentati a livello del QCS. Della loro esecuzione è responsabile l'autorità di gestione designata.

Il piano delle azioni di comunicazione menziona in particolare:

- gli obiettivi delle azioni e il pubblico cui sono rivolte,
- i contenuti e la strategia delle azioni di comunicazione e informazione e indica le azioni da condurre nell'ambito degli obiettivi prioritari di ciascun Fondo,
- il bilancio di previsione,
- i servizi amministrativi o gli organismi competenti per la loro esecuzione,
- i criteri seguiti per la valutazione delle azioni realizzate.

Il piano delle azioni di comunicazione è inserito nel complemento di programmazione, conformemente all'articolo 18, paragrafo 3, lettera d), del regolamento (CE) n.1260/1999.

3.1.2. Finanziamento

Gli importi stanziati per l'informazione e la pubblicità figurano nei piani di finanziamento dei Quadri comunitari di sostegno (QCS), dei DOCUP e dei Programmi operativi alla voce assistenza tecnica [stanziamenti necessari per l'elaborazione, il controllo e la valutazione degli interventi di cui all'articolo 17, paragrafo 2, lettera e), all'articolo 18, paragrafo 2, lettera b), e all'articolo 19, paragrafo 3, lettera b), del regolamento (CE) n.1260/1999].

3.1.3. Designazione dei responsabili

Le autorità di gestione, dal canto loro, designano una o più persone responsabili dell'informazione e della pubblicità. Le autorità di gestione comunicano alla Commissione i nominativi.

3.1.4. Resoconto

In occasione dell'incontro annuale previsto all'articolo 34, paragrafo 2, del regolamento (CE) n.1260/1999, l'autorità di gestione informa la Commissione sull'attuazione del presente regolamento.

3.2. Contenuti strategia delle azioni informative pubblicitarie

Le misure da realizzare devono contribuire al raggiungimento degli obiettivi enunciati al punto 2, vale a dire:

- trasparenza nei confronti dei potenziali beneficiari finali,
- informazione dell'opinione pubblica.

3.2.1. Garantire la trasparenza nei confronti dei potenziali beneficiari finali e dei gruppi di cui al punto 2.1

3.2.1.1. L'autorità di gestione provvede in particolare:

- a pubblicare il contenuto dell'intervento stesso, indicando la partecipazione dei Fondi strutturali, nonché a diffondere i documenti summenzionati e a metterli a disposizione degli interessati,
- a informare in maniera esauriente sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione,
- a attuare iniziative d'informazione sulla gestione, la sorveglianza e la valutazione degli interventi dei Fondi strutturali, eventualmente finanziate con gli stanziamenti per l'assistenza tecnica di ciascun intervento.

Le autorità di gestione si adoperano per presentare in modo omogeneo il materiale informativo e pubblicitario realizzato, a norma delle modalità previste per la realizzazione degli strumenti d'informazione e i pubblicità descritti al punto 6. È pertanto opportuno utilizzare i seguenti messaggi per spiegare la missione di ciascun Fondo, ossia:

FESR: «contribuire a ridurre il divario tra i livelli di sviluppo delle varie regioni e il ritardo delle regioni meno favorite;

contribuire alla correzione dei principali squilibri regionali esistenti nella comunità, partecipando allo sviluppo e all'adeguamento strutturale delle regioni in ritardo di sviluppo, nonché alla riconversione economica e sociale delle regioni»

FSE: «contribuire allo sviluppo dell'occupazione favorendo l'impiegabilità, lo spirito imprenditoriale, la capacità di adattamento, le pari opportunità, nonché investire nelle risorse umane »

FEAOG: «affermare il nesso polifunzionale tra agricoltura e territorio;

potenziare e sostenere la competitività dell'agricoltura in quanto attività centrale delle zone rurali;

garantire la diversificazione delle attività nelle zone rurali;

agevolare la permanenza della popolazione nelle campagne;

preservare e migliorare l'ambiente, il paesaggio e il patrimonio»

SFOP: «contribuire al conseguimento di un equilibrio duraturo tra le risorse alieutiche e lo sfruttamento delle medesime;

ammodernare le strutture alieutiche per garantire il futuro del settore;

contribuire a mantenere dinamico e competitivo il settore della pesca e a rivitalizzare le zone dipendenti dalla pesca;

migliorare l'approvvigionamento del mercato comunitario dei prodotti della pesca».

- 3.2.1.2. L'autorità di gestione designata per l'attuazione di un intervento predisporre un sistema appropriato per la divulgazione di informazioni destinate a garantire la trasparenza nei confronti dei vari partner e dei beneficiari potenziali, in particolare le PMI.

Tali informazioni devono indicare in modo chiaro le pratiche amministrative da espletare, i dispositivi per la gestione dei fascicoli, i criteri di selezione utilizzati nelle gare d'appalto e i criteri di valutazione degli interventi, nonché i nominativi dei referenti a livello nazionale, regionale e locale, ai quali ci si può rivolgere per ottenere spiegazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità.

Per quanto riguarda le misure a favore dello sviluppo del potenziale endogeno, le sovvenzioni pubbliche destinate alle imprese e le sovvenzioni globali, l'informazione in questione dev'essere trasmessa segnatamente tramite gli organismi intermediari e le organizzazioni rappresentative delle imprese.

- 3.2.1.3. L'autorità di gestione predisporre un sistema appropriato di divulgazione delle informazioni destinate ai potenziali beneficiari di un'azione di formazione, di occupazione ovvero di un'azione che rientra nel campo dello sviluppo delle risorse umane. A tal fine essa garantisce la cooperazione degli organismi competenti per la formazione professionale, degli organismi attivi nel settore dell'occupazione, delle imprese e associazioni d'imprese, dei centri didattici e delle organizzazioni non governative.

- 3.2.2. Informare l'opinione pubblica

- 3.2.2.1. Per meglio sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea in favore degli interventi e sui risultati conseguiti da questi ultimi, l'autorità di gestione designata informa nel modo più opportuno i mezzi di comunicazione di massa in merito agli interventi strutturali cofinanziati dall'Unione. Tali informazioni devono indicare obiettivamente la partecipazione dell'Unione europea e i messaggi devono esplicitare le

missioni dei vari Fondi, presentando le priorità specifiche degli interventi in questione, conformemente al punto

L'avvio degli interventi —previa adozione da parte della Commissione —e le fasi salienti di realizzazione degli stessi sono oggetto di azioni informative dirette ai mezzi di comunicazione di massa a livello nazionale o regionale (stampa, radio, televisione), a seconda dei casi; a questo scopo si può ricorrere, tra l'altro, a comunicati stampa, inserti, supplementi nei giornali più idonei e visite di cantieri. Si potranno utilizzare anche altri mezzi d'informazione e di comunicazione, come ad esempio siti web, pubblicazioni su progetti riusciti e concorsi basati sulle migliori esperienze.

Nel caso di ricorso ad un'inserzione pubblicitaria, ad esempio sotto forma di comunicato stampa o annuncio pubblicitario, si dovrà indicare esattamente la partecipazione dell'Unione europea.

Occorre garantire una cooperazione appropriata con l'ufficio di rappresentanza della Commissione nello Stato membro interessato.

- 3.2.2.2. Le azioni informative e pubblicitarie rivolte al pubblico comprendono i seguenti elementi:
- per quanto concerne gli investimenti in infrastrutture il cui costo totale supera 500 000 EUR, in caso di operazioni cofinanziate dallo SFOP, e 3 milioni di EUR, in tutti gli altri casi:
 - cartelloni fissi in loco,
 - targhe esplicative permanenti per le infrastrutture accessibili al grande pubblico, da realizzare secondo le modalità di cui al punto 6;
 - per quanto concerne le azioni cofinanziate in materia di formazione e di occupazione:
 - far sapere ai beneficiari di tali azioni di formazione che stanno partecipando ad una iniziativa finanziata dall'Unione europea,
 - sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea nel settore della formazione professionale, dell'occupazione e dello sviluppo delle risorse umane;
 - per quanto concerne gli investimenti produttivi, le misure di sviluppo del potenziale endogeno e qualsiasi altra azione che goda del contributo finanziario della Comunità:
 - attraverso i moduli descritti al punto 6, far sapere ai beneficiari che stanno partecipando ad un'azione finanziata dall'Unione europea.

4. Lavori dei comitati di sorveglianza

- 4.1. I comitati di sorveglianza garantiscono un'informazione adeguata sui loro lavori. A tal fine essi informano, nella misura del possibile, i mezzi di comunicazione di massa sull'andamento degli interventi di cui sono responsabili. I contatti con la stampa avvengono sotto la responsabilità del presidente. I rappresentanti della Commissione partecipano ai contatti con la stampa.

Inoltre bisogna prevedere iniziative appropriate ogniqualvolta si svolgano importanti

manifestazioni collegate alle riunioni dei comitati di sorveglianza, quali ad esempio incontri ad alto livello o inaugurazioni. La Commissione e i suoi uffici di rappresentanza vanno informati.

- 4.2. Il comitato di sorveglianza esamina la relazione annuale di esecuzione di cui all'articolo 37 del regolamento (CE) n.1260/1999. Tale relazione deve contenere un capitolo sulle azioni informative e pubblicitarie conformemente all'articolo 35 dello stesso regolamento. L'autorità di gestione sottopone ai comitati di sorveglianza una comunicazione sulla qualità e l'efficienza delle azioni informative e pubblicitarie, corredata di prove fondate quali immagini fotografiche.

Gli Stati membri trasmettono alla Commissione, a norma dell'articolo 46 del regolamento (CE) n.1260/1999, tutti gli elementi d'informazione di cui essa deve tener conto nella relazione annuale contemplata all'articolo 45 del suddetto regolamento.

Queste informazioni devono consentire di valutare il rispetto delle disposizioni del presente regolamento.

5. Partenariato e scambi di esperienze

Le autorità di gestione possono comunque adottare misure supplementari, in particolare iniziative che contribuiscano al buon andamento della politica perseguita nell'ambito dei Fondi strutturali.

Esse informano la Commissione sulle iniziative adottate, affinché quest'ultima possa partecipare adeguatamente alla loro realizzazione.

Per agevolare l'applicazione delle disposizioni del presente regolamento, la Commissione fornisce il proprio sostegno tecnico a seconda delle necessità. Essa mette a disposizione delle autorità competenti, con spirito di compartecipazione e nell'interesse reciproco, l'esperienza e il materiale di cui dispone. Essa incoraggia gli scambi di esperienze sull'applicazione dell'articolo 46 del regolamento (CE) n.1260/1999 e organizza reti informali tra responsabili dell'informazione. A tal fine sarebbe auspicabile che ciascuno Stato membro designi un coordinatore per Fondo a livello nazionale.

6. Modalità di allestimento del materiale informativo e pubblicitario

Per garantire la visibilità delle realizzazioni cofinanziate da uno dei Fondi strutturali, l'autorità di gestione competente è responsabile dell'esecuzione delle azioni informative e pubblicitarie enunciate qui di seguito.

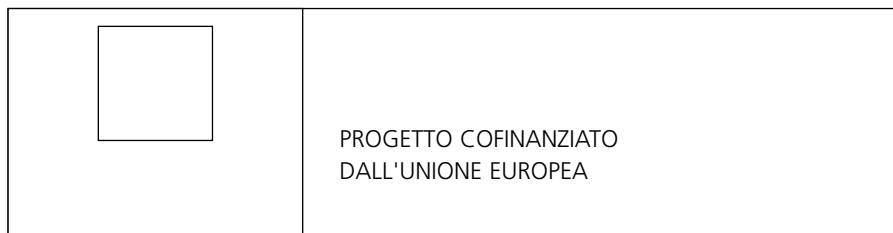
6.1. Cartelloni

Cartelloni fissi vengono installati nei luoghi in cui sono realizzati i progetti di investimenti infrastrutturali cofinanziati, i cui costi superano gli importi di cui al punto 3.2.2.2. Essi comprendono uno spazio riservato all'indicazione della partecipazione dell'Unione europea.

Le dimensioni dei cartelloni devono essere commisurate all'importanza della realizzazione.

Sui cartelloni lo spazio riservato alla partecipazione comunitaria deve rispettare i seguenti criteri:

- occupare almeno il 25% della superficie totale del cartellone,
- recare l'emblema europeo normalizzato e il testo sotto riportato, disposti come segue:



- l'emblema dev'essere raffigurato secondo le norme vigenti,
- i caratteri utilizzati per indicare la partecipazione finanziaria dell'Unione europea devono avere le stesse dimensioni di quelli utilizzati per l'annuncio nazionale, ma possono presentare una veste tipografica diversa,
- il Fondo interessato può essere menzionato.

Se le autorità competenti rinunciano a installare un cartellone per far conoscere il loro intervento nel finanziamento di un progetto, il contributo dell'Unione europea dovrà essere pubblicizzato con un apposito cartellone.

In tal caso, le disposizioni di cui sopra si applicano per analogia.

I cartelloni vengono rimossi entro e non oltre sei mesi dopo la fine dei lavori e sostituiti da targhe commemorative secondo le indicazioni di cui al punto 6.2.

6.2. Targhe esplicative

Targhe esplicative permanenti vengono apposte per le realizzazioni cofinanziate dai Fondi strutturali che siano accessibili al grande pubblico (centri di congressi, aeroporti, stazioni, ecc.). Oltre all'emblema europeo, esse devono recare un testo che menzioni il cofinanziamento dell'Unione europea ed eventualmente del Fondo interessato.

Nel caso d'investimenti materiali nelle imprese, le targhe esplicative vengono rimosse dopo un anno.

Se un'autorità competente o un beneficiario finale decide di sistemare cartelloni o targhe esplicative oppure di preparare pubblicazioni o qualsiasi altra azione informativa per progetti il cui costo totale è inferiore a 500 000 EUR, in caso di operazioni cofinanziate dallo SFOP, e a 3 milioni di EUR, in tutti gli altri casi, la partecipazione comunitaria deve comunque essere indicata.

6.3. Manifesti

Per informare i beneficiari e informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea nei settori dello sviluppo delle risorse umane, della formazione professionale e dell'occupazione, degli investimenti produttivi e dello sviluppo rurale, le autorità di gestione dispongono l'affissione di manifesti facenti riferimento al contributo dell'Unione europea e, eventualmente, del Fondo interessato, presso qualunque organismo che realizzi azioni finanziate dai Fondi strutturali o che ne sia il beneficiario (uffici di collocamento, centri di formazione professionale, camere di commercio, industria e agricoltura, agenzie per lo sviluppo regionale, ecc.).

6.4. Notifica ai beneficiari

Nella notifica della concessione di contributi ai beneficiari da parte delle autorità competenti è indicato il cofinanziamento da parte dell'Unione europea ed eventualmente l'importo o la percentuale del contributo proveniente dallo strumento comunitario interessato.

6.5. Materiale d'informazione di comunicazione

6.5.1. Le pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli, bollettini informativi) concernenti gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali devono mettere in evidenza sulla copertina un'indicazione della partecipazione dell'Unione europea ed eventualmente del Fondo interessato, nonché l'emblema europeo qualora vi figurino l'emblema nazionale o regionale.

Le pubblicazioni contengono le generalità dell'organismo responsabile dell'informazione e dell'autorità di gestione designata per l'esecuzione dell'intervento in questione.

6.5.2. I criteri sopra enunciati si applicano, per analogia, anche al materiale comunicato per via elettronica (sito web, banca di dati ad uso dei potenziali beneficiari) e al materiale audiovisivo. In sede di elaborazione del piano per azioni di comunicazione è utile fare ricorso alle nuove tecnologie, che consentono una diffusione rapida ed efficace delle informazioni, ma anche instaurare un dialogo con un vasto pubblico.



Nei siti web sui Fondi strutturali sarebbe opportuno:

- menzionare il contributo dell'Unione europea ed eventualmente del Fondo interessato quanto meno sulla pagina iniziale («home page »),
- creare un hyperlink verso gli altri siti web della Commissione dedicati ai vari Fondi strutturali.

6.6. Manifestazioni informative

Per l'organizzazione di manifestazioni informative (conferenze, seminari, fiere, esposizioni, concorsi) connesse all'attuazione degli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali, si fa obbligo agli organizzatori di far menzione della partecipazione comunitaria mediante la presenza della bandiera europea nella sala di riunione e dell'emblema sui documenti.

Gli uffici di rappresentanza della Commissione negli Stati membri assistono, per quanto necessario, alla preparazione e all'attuazione delle manifestazioni suddette.

Normativa nazionale



Normativa nazionale

**LEGGE N. 233/90
DEL 6 AGOSTO 1990**



LEGGE 6 agosto 1990, n. 233.**Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato.**

(pubblicata sul supplemento ordinario n. 53 alla G.U. n. 185 serie generale parte prima del 9/8/1990)

La Camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno approvato;

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA**PROMULGA**

la seguente legge:

TITOLO I**DIFFUSIONE DI PROGRAMMI RADIOFONICI E TELEVISIVI****Art. 1.**

(Principi generali)

1. La diffusione di programmi radiofonici o televisivi, realizzata con qualsiasi mezzo tecnico, ha carattere di preminente interesse generale.
2. Il pluralismo, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni, tendenze politiche, sociali, culturali e religiose, nel rispetto delle libertà e dei diritti garantiti dalla Costituzione, rappresentano principi fondamentali del sistema radiotelevisivo che si realizza con il concorso di soggetti pubblici e privati ai sensi della presente legge.

TITOLO II**NORME PER LA RADIODIFFUSIONE****Capo I**

DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 2.

(Servizio pubblico e radiodiffusione)

1. La radiodiffusione di programmi radiofonici e televisivi è effettuata dalla società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. Può inoltre essere affidata mediante concessione, ai sensi della presente legge, ai soggetti di cui all'articolo 16, nonché mediante autorizzazione secondo le modalità di cui agli articoli 38 e seguenti della legge 14 aprile 1975, n. 103, e successive modificazioni.
2. Il servizio pubblico radiotelevisivo è affidato mediante concessione ad una società per azioni a totale partecipazione pubblica. La concessione importa di diritto l'attribuzione alla concessionaria della qualifica di società di interesse nazionale ai sensi dell'articolo 2461 del codice civile. Ai fini dell'osservanza dell'articolo 10 del decreto del Presidente della Repubblica 10 novembre 1973, n. 691, nella provincia di Bolzano riveste carattere di interesse nazionale il servizio pubblico radiotelevisivo in ambito provinciale e locale.

3. Nei titoli II, IV e V della presente legge la società di cui al comma 2 è definita "concessionaria pubblica", i titolari di concessione di cui all'articolo 16, per radiodiffusione sia sonora che televisiva ed in ambito sia nazionale che locale sono globalmente definiti "concessionari privati"; qualora negli stessi titoli ci si riferisca ad una specifica categoria dei titolari di concessione di cui all'articolo 16, l'espressione "concessionari privati" è completata con il riferimento alla radiodiffusione sonora o televisiva e all'ambito nazionale o locale.
4. Nei titoli II, IV e V della presente legge le espressioni "trasmissioni" e "programmi" riportate senza specificazioni si intendono riferite a trasmissioni o programmi sia radiofonici che televisivi.

Art. 3.

(Pianificazione delle radiofrequenze)

1. La pianificazione delle radiofrequenze è effettuata mediante il piano nazionale di ripartizione ed il piano nazionale di assegnazione secondo le modalità di cui al presente articolo.
2. Il piano nazionale di ripartizione indica le bande di frequenze utilizzabili dai vari servizi di telecomunicazioni.
3. Il Ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni, sentiti i Ministeri dell'interno, della difesa, dei trasporti e della marina mercantile, gli altri Ministeri eventualmente interessati, le concessionarie dei servizi di telecomunicazione ad uso pubblico interessate, nonché il Consiglio superiore tecnico delle poste, delle telecomunicazioni e dell'automazione, predispone, nel rispetto delle convenzioni e dei regolamenti internazionali in materia di trasmissioni radioelettriche, il piano nazionale di ripartizione delle radiofrequenze.
4. Il piano così predisposto viene trasmesso ai Ministeri dell'interno, della difesa, dei trasporti e della marina mercantile ed all'ufficio del Ministro per il coordinamento della protezione civile i quali, entro trenta giorni dall'invio, possono proporre motivate modifiche alle parti del piano che riguardino i settori di propria competenza.
5. Il piano di ripartizione è approvato con decreto del Presidente della Repubblica, su proposta del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, previa deliberazione del Consiglio dei ministri.
6. Il piano di ripartizione è aggiornato, con le modalità previste nei commi 3, 4 e 5, ogni cinque anni ed ogni qualvolta il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni ne ravvisi la necessità.
7. Il piano nazionale di assegnazione delle radiofrequenze per la radiodiffusione, d'ora in avanti denominato piano di assegnazione, è redatto nel rispetto delle indicazioni contenute nel piano nazionale di ripartizione delle radiofrequenze e determina le aree di servizio degli impianti, e per ciascuna area la localizzazione possibilmente comune degli impianti ed i parametri radioelettrici degli stessi, nonché la frequenza assegnata a ciascun impianto. La determinazione delle aree di servizio deve essere effettuata in modo da consentire la ricezione senza disturbi in dette aree del maggior numero possibile di programmi di radiodiffusione sonora e televisiva. Tale determinazione dovrà considerare la possibilità di utilizzazione di tutti i collegamenti di telecomunicazione e degli impianti di radiodiffusione delle concessionarie dei servizi di telecomunicazione ad uso pubblico disponibili per collegamenti trasmissivi televisivi.
8. Il piano di assegnazione suddivide il territorio nazionale in bacini di utenza, i quali risultano dall'aggregazione di una pluralità di aree di servizio e vengono determinati tenendo conto della entità numerica della popolazione servita, della distribuzione della popolazione residente e delle condizioni geografiche, urbanistiche, socio-economiche e culturali della zona.

9. I bacini di utenza per la radiodiffusione televisiva devono consentire la coesistenza del maggior numero possibile di impianti ed una adeguata pluralità di emittenti e reti. Essi coincidono, di regola, con il territorio delle singole regioni; possono altresì comprendere più regioni, parti di esse o parti di regioni diverse purché contigue, ove ciò si renda necessario in relazione ai parametri indicati al comma 8.
10. I bacini di utenza per la radiodiffusione sonora devono consentire la coesistenza del maggior numero di emittenti e reti specificamente nelle zone con maggiore densità di popolazione. I bacini di utenza hanno di regola dimensioni analoghe a quelle delle province o delle aree metropolitane; essi possono comprendere più province, parti di esse o parti di province diverse purché contigue ove ciò si renda necessario in relazione alle caratteristiche sociali, etniche e culturali della zona ed al reddito medio pro capite degli abitanti.
11. Il piano di assegnazione, assicurate alla concessionaria pubblica le frequenze necessarie al conseguimento degli obiettivi del servizio pubblico radiotelevisivo, individua il numero di impianti atto a garantire la diffusione del maggior numero di programmi nazionali e locali in ciascun bacino di utenza. Potranno essere previsti anche impianti che operano su parti limitate dei bacini di utenza. I criteri per l'assegnazione delle frequenze ai titolari di concessione nazionale o locale sono quelli stabiliti dall'articolo 16. Per esercizio in ambito nazionale si intende quello effettuato con rete che assicuri la diffusione in almeno il 60 per cento del territorio nazionale. Per esercizio in ambito locale si intende quello che garantisce la diffusione in almeno il 70 per cento del territorio del relativo bacino di utenza o della parte assegnata di detto bacino.
12. Per ragioni di carattere tecnico è ammesso che le emittenti o le reti locali possano coprire anche il territorio di bacini di utenza limitrofi limitatamente ad una porzione non superiore al 30 per cento del territorio di questi ultimi.
13. Il piano di assegnazione riserva alla radiodiffusione televisiva in ambito locale, in ogni bacino di utenza, il 30 per cento dei programmi ricevibili senza disturbi. Il piano di assegnazione riserva comunque alla radiodiffusione sonora in ambito locale, in ogni bacino di utenza, l'emissione contemporanea di almeno il 70 per cento dei programmi ricevibili senza disturbi.
14. Nel rispetto degli obiettivi indicati nei commi dal 7 all'11, il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, sentite la concessionaria pubblica e le associazioni a carattere nazionale dei titolari di emittenti o reti private, redige lo schema di piano di assegnazione con l'indicazione del numero e delle caratteristiche dei bacini d'utenza, e lo sottopone al parere delle Regioni e delle province autonome di Trento e di Bolzano.
15. Le Regioni e le Province autonome, nell'esprimere il parere sullo schema di piano di assegnazione, possono proporre ipotesi diverse di bacini, in relazione alle proprie caratteristiche naturali, socio-economiche e culturali. Esse possono, altresì, d'intesa tra loro, proporre bacini di utenza comprendenti territori confinanti. Decorsi sessanta giorni dalla ricezione dello schema di piano, senza che sia pervenuto il parere, esso si intende reso in senso favorevole.
16. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, acquisiti i pareri delle Regioni, redige un nuovo schema di piano di assegnazione che è sottoposto al parere del Consiglio superiore tecnico delle poste, delle telecomunicazioni e dell'automazione. Decorsi sessanta giorni dal ricevimento dell'atto senza che sia intervenuto il parere, esso si intende reso in senso favorevole.
17. Il piano di assegnazione è approvato con decreto del Presidente della Repubblica, su proposta del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, previa deliberazione del Consiglio dei ministri.

18. Il piano di assegnazione è aggiornato ogni cinque anni e comunque ogni qualvolta sia modificato il piano di ripartizione delle frequenze ovvero il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni ne ravvisi la necessità.
19. Le Regioni, anche a statuto speciale, nonché le provincie autonome di Trento e di Bolzano adeguano i piani territoriali di coordinamento ovvero adottano piani territoriali di coordinamento specifici per conformarsi alle indicazioni concernenti la localizzazione degli impianti previste dal piano di assegnazione.
20. Qualora le Regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano non provvedano entro sessanta giorni dall'approvazione del piano, il Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, nomina commissari ad acta per l'adeguamento ovvero per l'adozione degli specifici piani territoriali di coordinamento. I comuni adeguano gli strumenti urbanistici ai piani territoriali di coordinamento entro sessanta giorni dalla loro adozione o adeguamento. Qualora i comuni entro detto termine non provvedano, le indicazioni contenute nei piani territoriali di coordinamento costituiscono adozione di variante degli strumenti urbanistici e non necessitano di autorizzazione regionale preventiva.
21. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni cura gli adempimenti connessi all'attuazione del piano di assegnazione e trasmette annualmente una relazione ai Presidenti delle Camere. Le misure necessarie per eliminare tempestivamente le interferenze elettromagnetiche, anche attraverso la soppressione e la modificazione di impianti, purché non modificchino l'equilibrio delle strutture del piano di assegnazione, sono adottate, nel rispetto degli accordi internazionali in vigore, dal Ministro delle poste e delle telecomunicazioni che ne dà comunicazione nella relazione annuale di cui al comma 20.

Art. 4.

(Norme urbanistiche)

1. Il rilascio della concessione di cui all'articolo 16 o della concessione per servizio pubblico equiva- le a dichiarazione di pubblica utilità, indifferibilità ed urgenza per le opere connesse e dà titolo per richiedere alle autorità competenti le necessarie concessioni ed autorizzazioni per la installazione degli impianti nelle località indicate dal piano di assegnazione e conseguentemente, nei piani territoriali di coordinamento.
2. I comuni, ricevuta la domanda di concessione edilizia dai concessionari privati o dalla concessionaria pubblica, provvedono ad acquisire o, se del caso, ad occupare d'urgenza e ad espropriare, ai sensi della legge 22 ottobre 1971, n. 865, e successive modificazioni, l'area indicata dal piano di assegnazione e dal piano territoriale di coordinamento per l'installazione degli impianti, anche se già di proprietà degli stessi richiedenti, che viene a far parte del patrimonio indisponibile dei comuni; provvedono altresì a rilasciare la concessione edilizia, anche nelle more della procedura di esproprio, ed a concedere contestualmente ai richiedenti il diritto di superficie sulle aree acquisite o espropriate per l'installazione degli impianti. L'indennità in caso di esproprio è determinata a norma dell'articolo 13, terzo comma, della legge 15 gennaio 1885, n. 2892, sostituendo in ogni caso ai fitti coacervati dall'ultimo decennio, il reddito dominicale rivalutata di cui agli articoli 22 e seguenti del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 597. La domanda si intende accolta qualora il comune non deliberi entro novanta giorni dalla ricezione. La concessione del diritto di superficie ha durata

- pari al periodo di tempo nel quale il soggetto resta titolare della concessione per radiodiffusione sonora e televisiva ovvero delle concessioni per i servizi di telecomunicazione. La delibera di concessione del diritto di superficie è accompagnata da una convenzione tra il comune ed il concessionario, da stipularsi per atto pubblico, che è trascritto presso il competente ufficio dei registri immobiliari. La convenzione prevede un canone di concessione secondo parametri che saranno definiti nel regolamento di cui all'articolo 36, nonché il corrispettivo delle opere di urbanizzazione, i termini di inizio e ultimazione dei lavori connessi agli edifici ed agli impianti, le sanzioni in caso di inosservanza degli obblighi posti con l'atto di concessione.
3. Nei casi di estinzione della concessione per la radiodiffusione sonora o televisiva di cui al comma 21 dell'articolo 16 o della concessione per servizio pubblico, il comune revoca il diritto di superficie, che è concesso, previa domanda, al concessionario privato o alla concessionaria pubblica eventualmente subentranti. Per la domanda valgono le norme di cui al comma 2.
 4. Il soggetto al quale è stato revocato il diritto di superficie è tenuto, a richiesta del soggetto subentrante, a rimuovere i propri impianti ovvero a venderli allo stesso soggetto subentrante. In entrambi i casi il soggetto subentrante liquida al soggetto al quale è stato revocato il diritto di superficie una somma determinata tenendo conto delle spese sostenute per l'installazione degli impianti e dell'ammortamento verificatosi fino alla data di revoca del diritto di superficie, nonché delle eventuali spese di rimozione, secondo modalità che saranno definite dal regolamento di cui all'articolo 36.
 5. Le norme di cui al presente articolo non si applicano alle aree su cui insistono gli impianti dei privati di cui all'articolo 32 nelle more della pronuncia sulla domanda di concessione, nonché per il periodo di tempo in cui gli stessi soggetti restano titolari della concessione, a meno che tali soggetti non ne richiedano l'applicazione. Le norme di cui al presente articolo non si applicano altresì alle aree su cui insistono gli impianti della concessionaria pubblica, in funzione alla data di entrata in vigore della presente legge, fino alla estinzione della concessione, a meno che la stessa concessionaria non ne richieda l'applicazione.
 6. Le norme di cui al presente articolo si applicano anche alle autorizzazioni concesse ai sensi degli articoli 38 e 43 della legge 14 aprile 1975, n. 103.

Art. 5.*(Collegamenti di telecomunicazione)*

1. La concessione di cui all'articolo 16 ovvero la concessione per servizio pubblico costituiscono titolo per utilizzare i collegamenti di telecomunicazione necessari a coprire l'area da servire, utilizzabili unicamente nei limiti previsti dalle concessioni.
2. Le norme di cui al presente articolo si applicano anche alle autorizzazioni concesse ai sensi degli articoli 38 e 43 della legge 14 aprile 1975, n. 103.

Art. 6.*(Garante per la radiodiffusione e l'editoria)*

1. È istituito il Garante per la radiodiffusione e l'editoria.
2. Il Garante è nominato con decreto del Presidente della Repubblica, su proposta formulata dai Presidenti del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati, d'intesa tra loro, tra coloro che abbiano ricoperto la carica di giudice della Corte costituzionale ovvero che ricoprano o

- abbiano ricoperto la carica di presidente di sezione della Corte di cassazione o equiparati, tra i professori universitari ordinari nelle discipline giuridiche, aziendali od economiche, nonché tra esperti di riconosciuta competenza nel settore delle comunicazioni di massa.
3. Il Garante dura in carica tre anni e non può essere confermato per più di una volta; per tutta la durata dell'incarico non può esercitare, a pena di decadenza, alcuna attività professionale, né essere amministratore di enti pubblici o privati, né ricoprire cariche elettive, né avere interessi diretti o indiretti in imprese operanti nel settore.
 4. All'atto dell'accettazione della nomina il Garante, se dipendente dello Stato, è collocato fuori ruolo; se professore universitario, è collocato in aspettativa.
 5. Al Garante compete una retribuzione pari a quella spettante ai giudici della Corte costituzionale.
 6. Alle dipendenze del Garante è posto un ufficio composto di dipendenti dello Stato e di altre amministrazioni pubbliche, collocati fuori ruolo nelle forme previste dai rispettivi ordinamenti, il cui servizio presso l'ufficio del Garante è equiparato ad ogni effetto di legge a quello prestato nelle rispettive amministrazioni di provenienza ed il cui contingente è determinato, su proposta del Garante medesimo, con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro del tesoro. Tale decreto è emanato entro e non oltre novanta giorni dalla pubblicazione della presente legge nella Gazzetta Ufficiale.
 7. Le spese di funzionamento dell'ufficio del Garante sono poste a carico di un fondo stanziato a tale scopo nel bilancio dello Stato e iscritto ad apposito capitolo dello stato di previsione del Ministero del tesoro. Il rendiconto della gestione finanziaria è soggetto al controllo della Corte dei conti.
 8. Le norme concernenti l'organizzazione e il funzionamento dell'ufficio del Garante, nonché quelle dirette a disciplinare la gestione delle spese, anche in deroga alle disposizioni sulla contabilità generale dello Stato, sono approvate con decreto del Presidente della Repubblica da emanarsi entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, previa deliberazione del Consiglio dei ministri, su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, di concerto con il Ministro del tesoro e su parere conforme del Garante stesso.
 9. Nei casi in cui la natura tecnica o la delicatezza dei problemi lo richiedano, il Garante può avvalersi dell'opera di consulenti o di società di consulenti.
 10. Il Garante, al fine dell'espletamento dei compiti assegnatigli dalla presente legge, provvede:
 - a) a tenere il registro nazionale delle imprese radiotelevisive di cui all'articolo 12 della presente legge e il registro nazionale della stampa di cui all'articolo 11 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni;
 - b) ad esaminare i bilanci e l'annessa documentazione dei concessionari privati, dei titolari di autorizzazione di cui all'articolo 38 della legge 14 aprile 1975, n. 103, e della concessionaria pubblica, nonché, ove lo ritenga, bilanci e documentazioni delle imprese di produzione o di distribuzione di programmi o concessionarie di pubblicità;
 - c) a compiere l'attività istruttoria ed ispettiva necessaria per lo svolgimento delle funzioni di cui al presente comma, avvalendosi anche dei competenti organi dell'Amministrazione delle poste e delle telecomunicazioni, nonché dei servizi di controllo e vigilanza dell'Amministrazione finanziaria dello Stato ed altresì esercitando, con riferimento alle imprese di cui all'articolo 12 della presente legge, i poteri previsti dall'articolo 9, terzo e quarto comma, della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni ed integrazioni, per il Garante dell'attuazione della legge sull'editoria;

- d) a svolgere l'attività e ad adottare i provvedimenti previsti dall'articolo 31;
- e) a vigilare sulla rilevazione e pubblicazione degli indici di ascolto delle emittenti e reti radiofoniche e televisive pubbliche e private anche avvalendosi di organismi specializzati.
11. Sono trasferite al Garante le funzioni già attribuite dalla legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni ed integrazioni, al Garante dell'attuazione della legge sull'editoria. Sono abrogati i commi terzo e quarto dell'articolo 8 della legge 5 agosto 1981, n. 416.
12. Il Garante si avvale dell'ufficio del Garante dell'attuazione della legge sull'editoria fino all'entrata in funzione dell'ufficio di cui al comma 6. Il decreto del Presidente della Repubblica di cui al comma 8 determina la data a decorrere dalla quale è soppresso l'ufficio del Garante dell'attuazione della legge sull'editoria e dalla quale sono abrogati i commi quinto, sesto, settimo e ottavo dell'articolo 8 della legge 5 agosto 1981, n. 416.
13. Il Garante predispose annualmente una relazione sull'attività svolta e sullo stato di applicazione della presente legge, che è trasmessa al Parlamento, a cura del Presidente del Consiglio dei ministri, entro il 31 marzo dell'anno successivo a quello cui si riferisce.

Art. 7.

(Comitati regionali per i servizi radiotelevisivi)

1. Ogni consiglio regionale elegge, con voto limitato almeno a due terzi dei membri da eleggere e da scegliersi fra esperti di comunicazione radiotelevisiva, un comitato regionale per i servizi radiotelevisivi. Il comitato regionale è organo di consulenza della regione in materia radiotelevisiva, in particolare per quanto riguarda i compiti assegnati alle Regioni dalla presente legge. Il comitato altresì formula proposte al consiglio di amministrazione della concessionaria pubblica in merito a programmazioni regionali che possano essere trasmesse sia in ambito nazionale che regionale; regola l'accesso alle trasmissioni regionali programmate dalla concessionaria pubblica.
2. La concessione di cui all'articolo 2, comma 2, prevede forme di collaborazione con le realtà culturali e informative delle regioni e fissa i criteri in base ai quali possono essere stipulate convenzioni tra le sedi periferiche della concessionaria pubblica, le Regioni e i concessionari privati in ambito locale. Il comitato regionale per i servizi radiotelevisivi definisce i contenuti di tali collaborazioni e convenzioni e ne coordina l'attuazione per conto della Regione.
3. Le Regioni disciplinano il funzionamento dei comitati regionali per i servizi radiotelevisivi.
4. Le province autonome di Trento e di Bolzano provvedono alla costituzione di comitati provinciali per i servizi radiotelevisivi, in conformità alle disposizioni del presente articolo.
5. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni e il Garante possono avvalersi dei comitati regionali e dei comitati provinciali di Trento e Bolzano per lo svolgimento delle loro funzioni.
6. È abrogato l'articolo 5 della legge 14 aprile 1975, n. 103.

Art. 8.

(Disposizioni sulla pubblicità)

1. La pubblicità radiofonica e televisiva non deve offendere la dignità della persona, non deve evocare discriminazioni di razza, sesso e nazionalità, non deve offendere convinzioni religiose ed ideali non deve indurre a comportamenti pregiudizievole per la salute, la sicurezza e l'ambiente, non deve arrecare pregiudizio morale o fisico a minorenni, e ne è vietato l'inserimento

- nei programmi di cartoni animati.
2. La pubblicità televisiva e radiofonica deve essere riconoscibile come tale ed essere distinta dal resto dei programmi con mezzi ottici o acustici di evidente percezione.
 3. In relazione a quanto previsto dalla direttiva del Consiglio delle Comunità europee del 3 ottobre 1989 (89/552/CEE) l'inserimento di messaggi pubblicitari durante la trasmissione di opere teatrali, cinematografiche, liriche e musicali è consentito negli intervalli abitualmente effettuati nelle sale teatrali e cinematografiche. Per le opere di durata programmata superiore a quarantacinque minuti è consentita una ulteriore interruzione per ogni atto o tempo. È consentita una ulteriore interruzione se la durata programmata dell'opera supera di almeno venti minuti due o più atti o tempi di quarantacinque minuti ciascuno.
 4. Il Garante, sentita un'apposita commissione, composta da non oltre cinque membri e da lui stesso nominata tra personalità di riconosciuta competenza, determina le opere di alto valore artistico, nonché le trasmissioni a carattere educativo e religioso che non possono subire interruzioni pubblicitarie.
 5. È vietata la pubblicità radiofonica e televisiva dei medicinali e delle cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni emana con proprio decreto norme sull'inserimento dei messaggi pubblicitari in attuazione degli articoli 13, 15 e 16 della direttiva del Consiglio delle Comunità europee del 3 ottobre 1989 (89/552/CEE).
 6. La trasmissione di messaggi pubblicitari da parte della concessionaria pubblica non può eccedere il 4 per cento dell'orario settimanale di programmazione ed il 12 per cento di ogni ora; un'eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva.
 7. La trasmissione di messaggi pubblicitari televisivi da parte dei concessionari privati per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale non può eccedere il 15 per cento dell'orario giornaliero di programmazione ed il 18 per cento di ogni ora; una eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva. Un identico limite è fissato per i concessionari privati autorizzati, ai sensi dell'articolo 21, a trasmettere in contemporanea su almeno dodici bacini di utenza, con riferimento al tempo di programmazione di contemporanea.
 8. La trasmissione di messaggi pubblicitari radiofonici da parte dei concessionari privati non può eccedere per ogni ora di programmazione rispettivamente il 18 per cento per la radiodiffusione sonora in ambito nazionale, il 20 per cento per la radiodiffusione sonora in ambito locale, il 5 per cento per la radiodiffusione sonora nazionale o locale da parte dei concessionari a carattere comunitario.
 9. La trasmissione di messaggi pubblicitari televisivi da parte dei concessionari privati per la radiodiffusione televisiva in ambito locale non può eccedere il 20 per cento di ogni ora di programmazione e il 15 per cento dell'orario giornaliero di programmazione. Un'eventuale eccedenza, comunque non superiore al 2 per cento nel corso di un'ora, deve essere recuperata nell'ora antecedente o successiva.
 10. La pubblicità locale è riservata ai concessionari privati per la radiodiffusione in ambito locale: pertanto i concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva in ambito nazionale e la concessionaria pubblica devono trasmettere messaggi pubblicitari contemporaneamente,

- e con identico contenuto, su tutti i bacini serviti. I concessionari privati che abbiano ottenuto la autorizzazione di cui all'articolo 21, possono trasmettere, oltre alla pubblicità nazionale, pubblicità locale diversificata per ciascuna zona oggetto della autorizzazione, interrompendo temporaneamente l'interconnessione.
11. Sono nulle e si hanno per non apposte le clausole dei contratti di pubblicità che impongono ai concessionari privati di trasmettere programmi diversi o aggiuntivi rispetto ai messaggi pubblicitari.
 12. Ai sensi della presente legge per sponsorizzazione si intende ogni contributo di un'impresa pubblica o privata, non impegnata in attività televisive o radiofoniche o di produzione di opere audiovisive o radiofoniche, al finanziamento di programmi, allo scopo di promuovere il suo nome, il suo marchio, la sua immagine, le sue attività o i suoi prodotti.
 13. I programmi sponsorizzati devono rispondere ai seguenti criteri:
 - a) il contenuto e la programmazione di una trasmissione sponsorizzata non possono in nessun caso essere influenzati dallo sponsor in maniera tale da ledere la responsabilità e l'autonomia editoriale dei concessionari privati o della concessionaria pubblica nei confronti delle trasmissioni;
 - b) devono essere chiaramente riconoscibili come programmi sponsorizzati e indicare il nome o il logotipo dello sponsor all'inizio o alla fine del programma.
 14. I programmi non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui attività principale consista nella fabbricazione o vendita di sigarette o di altri prodotti del tabacco, nella fabbricazione o vendita di superalcolici, nella fabbricazione o vendita di medicinali ovvero nella prestazione di cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica.
 15. I programmi sponsorizzati sono considerati messaggi pubblicitari nella misura minima del 2 per cento della durata dei programmi stessi da comprendersi nel limite di affollamento giornaliero. Il Garante, entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, propone al Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, che provvede, entro novanta giorni, con decreto, una più dettagliata regolamentazione in materia, sia per la concessionaria pubblica sia per i concessionari privati.
 16. Entro il 30 giugno di ciascun anno il Presidente del Consiglio dei Ministri su proposta del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, di concerto con il Ministro delle partecipazioni statali e sentito il Garante ed il Consiglio dei ministri, stabilisce il limite massimo degli introiti pubblicitari quale fonte accessoria di proventi che la concessionaria pubblica potrà conseguire nell'anno successivo. Tale limite viene fissato applicando, a quello stabilito per l'anno precedente, la variazione percentuale prevista per il gettito pubblicitario radiotelevisivo per l'anno in corso. Ove il gettito pubblicitario previsto di discosti degli introiti pubblicitari per l'anno successivo terrà conto dell'aumento o della diminuzione verificatisi.
 17. Le disposizioni di cui ai commi 6 e 16 del presente articolo e la normativa di cui alla legge 14 aprile 1975, n. 103, articolo 15, hanno validità fino al 31 dicembre 1992. In tempo utile il Garante propone, nella relazione annuale di cui al comma 13 dell'articolo 6, in relazione alle nuove dimensioni comunitarie e all'andamento del mercato pubblicitario, le necessarie ed opportune modificazioni alla suddetta normativa. Il Governo provvede alle conseguenti iniziative legislative.
 18. L'articolo 21 della legge 14 aprile 1975, n. 103, è abrogato.

Art. 9

(Destinazione della pubblicità dello Stato e degli enti pubblici. Messaggi di utilità sociale)

1. Le Amministrazioni statali e gli enti pubblici non territoriali, con esclusione degli enti pubblici economici, sono tenuti a destinare alla pubblicità su emittenti o reti radiofoniche e televisive dei concessionari privati per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito locale almeno il 25 per cento delle somme stanziare in bilancio per spese pubblicitarie da effettuare mediante acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa. La ripartizione della pubblicità tra i concessionari di cui al precedente periodo deve avvenire senza discriminazione secondo criteri di economicità ed in base alle norme del regolamento di cui all'articolo 36. I criteri e le norme suddette si applicano anche agli enti pubblici territoriali che effettuino pubblicità tramite emittenti e reti televisive e radiofoniche private.
2. La Presidenza del Consiglio dei ministri determina i messaggi di utilità sociale ovvero di interesse delle Amministrazioni dello Stato che la concessionaria pubblica è obbligata a trasmettere. Alla trasmissione dei messaggi di interesse pubblico previsti dal presente comma sono riservati tempi non eccedenti il 2 per cento di ogni ora di programmazione e l'1 per cento dell'orario settimanale di programmazione di ciascuna rete.

Art. 10

(Telegiornali e giornali radio - Rettifica Comunicati di organi pubblici)

1. Ai telegiornali e ai giornali radio si applicano le norme sulla registrazione dei giornali periodici contenute negli articoli 5 e 6 della legge 8 febbraio 1948, n. 47; i direttori dei telegiornali e dei giornali radio sono, a questo fine, considerati direttori responsabili.
2. Chiunque si ritenga leso nei suoi interessi morali o materiali da trasmissioni contrarie a verità, ha diritto di chiedere al concessionario privato o alla concessionaria pubblica ovvero alle persone da loro delegate al controllo della trasmissione che sta trasmessa apposita rettifica, purché questa ultima non abbia contenuto che possa dar luogo a responsabilità penali.
3. La rettifica è effettuata entro quarantotto ore dalla ricezione della relativa richiesta, in fascia oraria e con il rilievo corrispondenti a quelli della trasmissione che ha dato origine alla lesione degli interessi. Trascorso detto termine senza che la rettifica sia stata effettuata, l'interessato può trasmettere la richiesta al Garante, che provvede ai sensi del comma 4.
4. Fatta salva competenza dell'autorità giudiziaria ordinaria a tutela dei diritti soggettivi, nel caso in cui il concessionario privato o la concessionaria pubblica ritengano che non ricorrono le condizioni per la trasmissione della rettifica, sottopongono entro il giorno successivo alla richiesta la questione al Garante che si pronuncia nel termine di cinque giorni. Se il Garante ritiene fondata la richiesta di rettifica quest'ultima, preceduta dall'indicazione della pronuncia del Garante stesso, deve essere trasmessa entro le ventiquattro ore successive alla pronuncia medesima.
5. Il Governo, le Amministrazioni dello Stato, le Regioni e gli enti pubblici territoriali, per soddisfare gravi ed eccezionali esigenze di pubblica necessità, nell'ambito interessato da dette esigenze, possono chiedere ai concessionari privati o alla concessionaria pubblica la trasmissione gratuita di brevi comunicati. Detti comunicati devono essere trasmessi immediatamente.
6. Sono fatte salve le disposizioni di cui all'articolo 22, primo comma, della legge 14 aprile 1975, n. 103.

Art. 11

(Azioni positive per la pari opportunità)

1. La concessionaria pubblica e i concessionari privati per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito nazionale, sono tenuti a promuovere azioni positive volte ad eliminare condizioni di disparità tra i due sessi in sede di assunzioni, organizzazione e distribuzione del lavoro, nonché di assegnazione di posti di responsabilità.
2. I concessionari di cui al comma 1 sono tenuti, ogni due anni, a redigere un rapporto sulla situazione del personale maschile e femminile in relazione allo stato delle assunzioni, della formazione, della promozione professionale, dei livelli e della remunerazione effettiva da trasmettere alla Commissione nazionale per la parità e la pari opportunità tra uomo e donna, di cui alla legge 22 giugno 1990, n. 164.

Art. 12

(Registro nazionale delle imprese radiotelesive)

1. È istituito il registro nazionale delle imprese radiotelesive la cui tenuta è affidata al Garante.
2. Sono soggetti all'obbligo dell'iscrizione nel registro la concessionaria pubblica, i concessionari privati, le imprese autorizzate ai sensi degli articoli 38 e 43 della legge 14 aprile 1975, n. 103, nonché le imprese di produzione o di distribuzione di programmi o concessionarie di pubblicità da trasmettere mediante gli impianti radiofonici e televisivi.
3. Le modalità per l'iscrizione nel registro, nonché le disposizioni per il suo funzionamento, sono stabilite nel regolamento previsto dall'articolo 38.
4. Sono nulli i contratti stipulati tra la concessionaria pubblica, i concessionari privati e le imprese di nazionalità italiana di produzione, di distribuzione dei programmi o concessionarie di pubblicità quando una delle parti contraenti non sia iscritta nel registro nazionale.
5. Nei casi in cui è costituita in forma di società per azioni o in raccomandata per azioni o a responsabilità limitata, la società soggetta all'obbligo di cui al comma 2 è tenuta a chiedere l'iscrizione nel registro nazionale delle imprese radiotelesive dei propri soci, ivi comprese società dei soci della società atte quali sono intestate le azioni o quote della società che esercita l'impresa nonché dei soci delle società che comunque la controllano direttamente o indirettamente, con l'indicazione del numero delle azioni o dell'entità delle quote da essi possedute. L'obbligo di iscrizione si applica ai soci costituiti da persone fisiche qualora possiedano almeno il 2 per cento delle azioni o quote della società che esercita l'impresa radiotelesiva, delle società alle quali sono intestate azioni o quote della società che esercita l'impresa ovvero delle società che comunque la controllano direttamente o indirettamente.
6. Alle imprese di produzione o di distribuzione di programmi o concessionarie di pubblicità da trasmettere mediante gli impianti radiofonici e televisivi privati si applicano le norme di cui al comma 2 dell'articolo 17.

Art. 13

(Trasferimenti di proprietà delle imprese radiotelesive e relative comunicazioni)

1. Deve essere data comunicazione scritta al Garante ai fini dell'iscrizione nel registro di cui all'articolo 12 di ogni trasferimento, a qualsiasi titolo, delle imprese costituite in forma individuale ovvero di azioni o quote di società soggette all'obbligo dell'iscrizione di cui all'articolo 12,

comma 2, che interessino più del 10 per cento del capitale sociale e quando successivi trasferimenti di quote inferiori al 10 per cento abbiano superato tale limite; tale limite è ridotto al 2 per cento per le società per azioni quotate in borsa. La comunicazione deve essere data con atto notificato ai sensi di legge da entrambe le parti interessate entro dieci giorni dal trasferimento.

2. Nella comunicazione, devono essere indicati l'oggetto del trasferimento, il nome o la ragione o denominazione sociale dell'avente causa, nonché il titolo e le condizioni in base ai quali il trasferimento è effettuato.
3. Le disposizioni del presente articolo si applicano in ogni caso al trasferimento per effetto dei quali un singolo soggetto o più soggetti collegati ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile vengano a disporre di una quota di capitale o di proprietà superiore al 10 per cento.
4. Le disposizioni del presente articolo si applicano altresì al trasferimento di azioni o quote delle società intestatarie di azioni o quote di società soggette all'obbligo dell'iscrizione di cui all'articolo 12, comma 2.
5. L'efficacia dei trasferimenti di cui al presente articolo, anche tra le parti, è subordinata alla iscrizione nel registro di cui all'articolo 12.
6. Le persone fisiche e le società che controllano una società soggetta all'obbligo di iscrizione di cui all'articolo 12, comma 2, anche atti verso intestazioni fiduciarie delle azioni o delle quote per interposta persona, nonché attraverso società direttamente o indirettamente controllate o collegate, devono darne comunicazione scritta alla società controllata ed al Garante entro dieci giorni dal fatto o dal negozio che determina l'acquisizione del controllo.
7. Deve essere data altresì comunicazione scritta, nei termini di cui al comma 1, degli accordi parasociali o di sindacato di voto fra i soci di società operanti nei settori disciplinati dalla presente legge, nonché di ogni modificazione intervenuta negli accordi o patti predetti. Le comunicazioni devono essere effettuate da parte di coloro che stipulano l'accordo o partecipano alla costituzione del sindacato.

Art. 14

(Bilanci dei concessionari)

1. I concessionari privati e la concessionaria pubblica devono presentare al Garante, entro il 31 luglio di ogni anno, i propri bilanci redatti secondo il modello approvato con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, di concerto con il Ministro del tesoro, da emanarsi entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentito il Garante.
2. Al bilancio devono essere allegati i dati relativi ai programmi trasmessi, con l'indicazione dell'impresa di produzione o di distribuzione da cui sono stati acquistati, ovvero, se autoprodotti, con l'indicazione delle somme destinate alla realizzazione di programmi originali, sono altresì allegati i dati relativi alla pubblicità trasmessa, con l'indicazione delle imprese concessionarie e dei relativi proventi, alle sponsorizzazioni nonché un elenco in cui siano nominativamente indicati i finanziatori, i sottoscrittori ovvero i datori a qualsiasi titolo di somme o altri corrispettivi a favore dei concessionari di cui al comma 1.
3. La concessionaria pubblica, i concessionari privati per radiodiffusione sonora o televisiva in ambito nazionale, nonché i concessionari in ambito locale che realizzano ricavi annui superiori a 10 miliardi di lire devono far certificare il bilancio a società aventi i requisiti di cui all'articolo

8 del decreto del Presidente della Repubblica 31 marzo 1975, n. 136, all'uopo autorizzate dalla Commissione nazionale per le società e la borsa. Tale obbligo decorre dall'esercizio successivo a quello in cui, rispettivamente, hanno ottenuto la concessione o hanno superato il ricavo annuo sopra indicato.

4. Nel caso di falsità nei bilancio si applica la sanzione di cui all'articolo 2621 del codice civile.

Art. 15

(Divieto di posizioni dominanti nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa e obblighi dei concessionari)

1. Al fine di evitare posizioni dominanti nell'ambito dei mezzi di comunicazione di massa è fatto divieto di essere titolare:
 - a) di una concessione per radiodiffusione televisiva in ambito nazionale, qualora si abbia il controllo di imprese editrici di quotidiani la cui tiratura annua abbia superato nell'anno solare precedente il 16 per cento della tiratura complessiva dei giornali quotidiani in Italia;
 - b) di più di una concessione per radiodiffusione televisiva in ambito nazionale, qualora si abbia il controllo delle imprese editrici di quotidiani la cui tiratura superi l'8 per cento della tiratura complessiva dei giornali d'Italia;
 - c) di più di due concessioni per radiodiffusione televisiva in ambito nazionale qualora si abbia il controllo di imprese editrici di quotidiani la cui tiratura complessiva sia inferiore a quella prevista dalla lettera b).
2. Gli atti di cessione, contratti di affitto o affidamento in gestione di imprese operanti nel settore delle comunicazioni di massa, nonché il trasferimento tra vivi di azioni, partecipazioni o quote di società operanti nel medesimo settore sono nulli ove, per loro effetto uno stesso soggetto, anche attraverso soggetti controllati o collegati, realizzati più del 20 per cento delle risorse complessive del settore delle comunicazioni di massa o più del 25 per cento delle predette risorse complessive del settore delle comunicazioni di massa o più del 25 per cento delle predette risorse nel caso in cui il medesimo soggetto consegua entrate nel settore della comunicazione di massa per almeno due terzi dei propri introiti complessivi.
3. Ai fini dell'applicazione del comma 2, per risorse complessive del settore della comunicazione di massa si intendono i ricavi derivanti dalla vendita di quotidiani e periodici, da vendite o utilizzazione di prodotti audiovisivi, da abbonamenti a giornali, periodici o emittenti radiotelevisive, da pubblicità, da canone e altri contributi pubblici a carattere continuativo.
4. Le concessioni in ambito nazionale riguardanti sia la radiodiffusione televisiva che sonora, rilasciate complessivamente ad un medesimo soggetto, a soggetti i quali a loro volta controllino altri titolari di concessione, non possono superare il 25 per cento del numero di reti nazionali previste dal piano di assegnazione e comunque il numero di reti nazionali previste dal piano di assegnazione e comunque il numero di tre.
5. Ai fini dell'applicazione del presente articolo, alla titolarità della concessione equiparato il controllo o collegamento, ai sensi dell'articolo 37 della presente legge, con società titolari di concessione, ovvero, per le persone fisiche o giuridiche non societarie, la titolarità di azioni o di quote nelle misure indicate dall'articolo 2359 del codice civile o l'esistenza dei vincoli contrattuali ivi previsti; inoltre ogni autorizzazione ad esercitare impianti ripetitori di programmi radiofonici e televisivi esteri di cui agli articoli 38 e seguenti della legge 14 aprile 1975, n. 103,

e successive modificazioni, equivale a titolarità di una concessione per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito nazionale.

6. Le imprese concessionarie di pubblicità, di produzione o di distribuzione di programmi, che operano nel settore radiotelevisivo, devono presentare al Garante, entro il 31 luglio di ogni anno, i propri bilanci, corredati da un documento da cui risultino analiticamente gli elementi contabili relativi ai contratti stipulati con i concessionari privati, con la concessionaria pubblica e con i titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 38 della legge 14 aprile 1975 n. 103. Tale documento è compilato sulla base di modelli, approvati con le modalità previste dal comma 1 dell'articolo 14 e deve contenere l'indicazione dei soggetti con i quali sono stati stipulati i contratti, le eventuali clausole di esclusiva, gli eventuali minimi garantiti pattuiti, i pagamenti eseguiti in favore di ogni soggetto ed ogni altro elemento ritenuto necessario ai fini dell'accertamento dell'osservanza delle disposizioni della presente legge.
7. Qualora i concessionari privati, la concessionaria pubblica o i titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 38 della legge 14 aprile 1975, n. 103, si trovino in situazioni di controllo o di collegamento nei confronti di imprese concessionarie di pubblicità, queste ultime non possono raccogliere pubblicità per più di tre reti televisive nazionali, o due reti nazionali e tre reti locali o una rete nazionale e sei locali ivi comprese quelle di cui sono titolari i soggetti controllanti o collegati; eventuali ulteriori contratti stipulati dalle imprese concessionarie di pubblicità di cui al presente comma devono avere per oggetto pubblicità da diffondere con mezzi diversi da quello radiofonico e televisivo e comunque in misura non superiore al 2 per cento degli investimenti pubblicitari complessivo dell'anno precedente. Le stesse disposizioni si applicano alle società concessionarie di pubblicità che abbiano il controllo di imprese titolari di concessione per la radiodiffusione sonora o televisiva o che siano ad esse collegate. I contratti stipulati in difformità dalle norme di cui al presente comma sono nulli.
8. I concessionari privati e la concessionaria pubblica sono tenuti all'osservanza delle leggi e delle convenzioni internazionali in materia di telecomunicazioni e di utilizzazioni delle opere dell'ingegno.
9. È vietata la trasmissione di messaggi cifrati o di carattere subliminale.
10. È vietata la trasmissione di programmi che possano nuocere allo sviluppo psichico o morale dei minori che contengono scene di violenza gratuita o pornografiche, che inducano ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza sesso, religione o nazionalità.
11. È comunque vietata la trasmissione di film ai quali sia stato negato il nulla osta per la protezione o la rappresentazione in pubblico oppure siano stati vietati ai minori di anni diciotto.
12. In caso di violazione del divieto di cui al comma 11 del presente articolo si applicano le sanzioni previste dall'articolo 15 della legge 21 aprile 1962, n. 161, intendendosi per chiusura del locale la disattivazione dell'impianto.
13. I film vietati ai minori di anni quattordici non possono essere trasmessi né integralmente né parzialmente prima delle ore 22,30 e dopo le ore 7.
14. I concessionari privati e la concessionaria pubblica non possono trasmettere opere cinematografiche salvo accordo contrario tra gli aventi diritto e il concessionario, prima che sia trascorso un termine di due anni dall'inizio della programmazione di tale opera nelle sale cinematografiche in uno degli Stati appartenenti alla Comunità economica europea; nel caso di opere cinematografiche coprodotte dal concessionario, tale termine è ridotto ad un anno.

15. I concessionari privati e la concessionaria pubblica sono tenuti a trasmettere il medesimo programma su tutto il territorio per il quale è rilasciata la concessione. Il regolamento di cui all'articolo 36 e la concessione di cui all'articolo 2, comma 2, determinano i casi in cui è ammessa deroga a tale obbligo.
16. Le disposizioni di cui al comma 3 dell'articolo 8 si applicano a decorrere dal 1 gennaio 1993 limitatamente alle opere ultimate per le quali i concessionari hanno acquisito i diritti alla utilizzazione antecedentemente al 30 giugno 1990.

Capo II

NORME PER LA RADIODIFFUSIONE PRIVATA

Art. 16

(Concessione per l'installazione e l'esercizio di impianti di radiodiffusione sonora e televisiva privata)

1. La radiodiffusione sonora o televisiva da parte dei soggetti diversi dalla concessionaria pubblica è subordinata al rilascio di concessione ai sensi del presente articolo. La concessione rilasciata anche per l'installazione dei relativi impianti.
2. La concessione può essere rilasciata per l'esercizio in ambito nazionale di singole reti ovvero in ambito locale di singole emittenti e reti ai sensi dell'articolo 3. La concessione non è trasferibile salvo quanto disposto dal comma 5 dell'articolo 17, ha la durata di sei anni ed è rinnovabile. Nell'atto di concessione sono determinate le frequenze sulle quali gli impianti sono abilitati a trasmettere, la potenza, l'ubicazione e l'area da servire da parte dei suddetti impianti, nonché gli altri elementi previsti dal regolamento di cui all'articolo 36.
3. La concessione per radiodiffusione sonora è rilasciata per radiodiffusione a carattere commerciale o a carattere comunitario sia nazionale che locale.
4. La radiodiffusione sonora a carattere commerciale è esercitata dai soggetti di cui ai commi 7, 8 e 9.
5. La radiodiffusione sonora a carattere comunitario è caratterizzata dall'assenza dello scopo di lucro ed è esercitata da fondazioni, associazioni riconosciute e non riconosciute che siano espressione di particolari istanze culturali, etniche, politiche e religiose, nonché società cooperative costituite ai sensi dell'articolo 2511 del Codice civile, che abbiano per oggetto sociale la realizzazione di un servizio di radiodiffusione sonora a carattere culturale, etnico, politico e religioso, e che prevedano nello statuto le clausole di cui alle lettere a), b), e c), dell'articolo 26 del decreto legislativo del Capo provvisorio dello Stato 14 dicembre 1947, n. 1577, ratificato, con modificazioni, della legge 2 aprile 1951, n. 302. La relativa concessione è rilasciata senza obbligo di cauzione, sia in ambito nazionale che locale, ai soggetti predetti i quali si obblighino a trasmettere programmi originali autoprodotti che hanno riferimento alle istanze indicate per almeno il 50 per cento dell'orario di trasmissione giornaliero-compreso tra le ore 7 e le ore 21. Non sono considerate programmi originali autoprodotti le trasmissioni di brani musicali intervallate da messaggi pubblicitari e da brevi commenti del conduttore della stessa trasmissione, così come indicato nel regolamento di cui all'articolo 36.
6. Non è consentita la trasformazione della concessione per la radiodiffusione sonora a carattere comunitario in concessione per radiodiffusione sonora a carattere commerciale.
7. La concessione per la radiodiffusione sonora a carattere commerciale in ambito nazionale nonché per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale può essere rilasciata esclusiva-

mente a società di capitale o cooperative, costituite in Italia o in altri Stati appartenenti alla Comunità economica europea, con capitale sociale non inferiore a 3 miliardi di lire se ha per oggetto la radiodiffusione televisiva ovvero a 500 milioni di lire se ha per oggetto la radiodiffusione sonora.

8. La concessione per la radiodiffusione televisiva in ambito locale può essere rilasciata esclusivamente a:
 - a) persone fisiche, in possesso della cittadinanza italiana o di uno degli altri Stati appartenenti, alla Comunità economica europea, che prestino cauzione per un importo non inferiore a lire 300 milioni secondo le modalità stabilite dal regolamento di cui all'articolo 36;
 - b) enti di cui all'articolo 12 del codice civile, riconosciuti dallo Stato italiano o da altri Stati appartenenti alla Comunità economica europea, che prestino cauzione non inferiore a lire 300 milioni secondo le modalità stabilite dal regolamento di cui all'articolo 36;
 - c) società costituite in Italia o in altri Stati appartenenti alla Comunità economica europea, ad esclusione delle società semplici, con capitale non inferiore a lire 300 milioni.
9. La concessione per la radiodiffusione sonora in ambito locale a carattere commerciale può essere rilasciata esclusivamente ai soggetti di cui alle lettere a), b) e c) del comma 8. Gli obblighi di cauzione sono per essi ridotti ad un terzo.
10. Le società richiedenti la concessione devono possedere all'atto della domanda i requisiti di cui all'articolo 17, commi 1 e 2.
11. La concessione non può essere rilasciata a società che non abbiano per oggetto sociale l'esercizio di attività radiotelevisiva, editoriale o comunque attinente all'informazione ed allo spettacolo.
12. La concessione non può essere rilasciata ad enti pubblici, anche economici, a società a prevalente partecipazione pubblica e ad aziende ed istituti di credito.
13. La concessione non può, altresì, essere rilasciata a coloro che abbiano riportato condanne a pena detentiva per delitti non colposi o che siano sottoposti alle misure di prevenzione previste dalla legge 27 dicembre 1956, n. 1423, e successive modificazioni e integrazioni, o alle misure di sicurezza previste dagli articoli 199 e seguenti del codice penale. La concessione non può essere altresì rilasciata a coloro ai quali ne sia stata revocata altra, ottenuta anche per ambito locale diverso.
14. Ai fini dell'applicazione dei divieti previsti al comma 13 nei confronti delle società di capitali, si ha riguardo alle persone degli amministratori. Per le altre società si ha riguardo alle persone degli amministratori e dei soci.
15. Alle concessioni previste dalla presente legge si applicano le disposizioni di cui agli articoli 10, 10-bis, 10-ter, 10-quater e 10-quinquies della legge 31 maggio 1965, n. 575, e successive modificazioni, nonché dell'articolo 24 della legge 13 settembre 1982, n. 646.
16. Le concessioni sono rilasciate alla radiodiffusione a carattere comunitario fino al 25 per cento del totale delle concessioni assegnabili in ogni ambito o bacino sulla base delle frequenze disponibili.
17. Il rilascio della concessione avviene sulla base di criteri oggettivi che tengano conto della potenzialità economica, della qualità della programmazione prevista e dei progetti radioelettrici e tecnologici. Per i richiedenti che abbiano già effettuato trasmissioni radiotelevisive si tiene anche conto della presenza sul mercato, delle ore di trasmissione effettuate, della qua-

lità dei programmi, delle quote percentuali di spettacoli e servizi informativi autoprodotti, con particolare riguardo per i soggetti ammessi ai benefici di cui all'articolo 11 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, del personale dipendente con particolare riguardo a quello con contratto giornalistico e degli indici di ascolto rilevati. In sede di rinnovo si tiene altresì conto delle eventuali sanzioni comminate ai sensi della presente legge. Con il regolamento di cui all'articolo 36 sono stabiliti le modalità ed ogni altro elemento utile per il rilascio e per il rinnovo della concessione.

18. È comunque requisito essenziale per il rilascio della concessione in ambito locale l'impegno dei richiedenti a destinare almeno il 20 per cento della programmazione settimanale all'informazione locale (notizie e servizi) e a programmi comunque legati alla realtà locale di carattere non commerciale.
19. La concessione in ambito nazionale è rilasciata con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, sentito il Consiglio dei ministri. La concessione in ambito locale è rilasciata con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni.
20. L'atto con cui viene rilasciata la concessione a soggetti non titolari di impianti già in funzione alla data di entrata in vigore della presente legge stabilisce un termine, non superiore a centottanta giorni, entro cui deve avere inizio la regolare trasmissione di programmi.
21. La concessione prevista nel presente Capo si estingue:
 - a) per scadenza del termine di durata, ove non venga rinnovata;
 - b) per rinuncia del concessionario;
 - c) per morte o sopravvenuta incapacità legale del titolare o, nel caso in cui titolare sia una persona giuridica quando questa si estingue;
 - d) per dichiarazione di fallimento.
22. La perdita dei requisiti oggettivi o soggettivi previsti dalla presente legge comporta la decadenza della concessione.
23. Ai fini della concessione per la radiodiffusione sonora in ambito locale non si applica la condizione del limite minimo di capitale sociale di cui alla lettera c) del comma 8 del presente articolo.

Art. 17.

(Disposizioni sulle società titolari di concessione e sui trasferimenti)

1. La maggioranza delle azioni o delle quote delle società concessionarie private costituite in forma di società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata, e comunque un numero di azioni o quote che consenta il controllo delle società stesse o il loro collegamento, non può appartenere o in qualunque modo essere intestata a persone fisiche, giuridiche, società, con o senza personalità giuridica, di cittadinanza o nazionalità estera, né a società fiduciarie. Lo stesso divieto vale per le azioni o quote delle società che direttamente o indirettamente controllino le società concessionarie private. I divieti di cui ai precedenti periodi relativamente alle società estere non si applicano nei confronti di società costituite in Stati appartenenti alla Comunità economica europea o in Stati che praticino nei confronti dell'Italia un trattamento di reciprocità. I titolari di quote di partecipazione a società concessionarie private non aventi personalità giuridica devono possedere la cittadinanza o la nazionalità italiana o di uno degli Stati appartenenti alla Comunità economica europea.
2. Qualora i concessionari privati siano costituiti in forma di società per azioni, in accomandita

per azioni o a responsabilità limitata, la maggioranza delle azioni aventi diritto di voto e delle quote devono essere intestate a persone fisiche o a società in nome collettivo o in accomandita semplice ovvero a società per azioni, in accomandita per azioni o a responsabilità limitata purché siano comunque individuabili le persone fisiche che detengono o controllano le azioni aventi diritto di voto.

3. Ai fini dell'applicazione del comma 2 le società con azioni quotate in borsa che esercitino le imprese soggette all'obbligo dell'iscrizione di cui all'articolo 12, comma 2, o che siano intestatarie di azioni aventi diritto di voto o di quote delle società che esercitano le imprese anzidette, sono equiparate alle persone fisiche.
4. Il trasferimento a qualunque titolo di azioni o quote di società concessionarie private a soggetti diversi da quelli previsti dall'articolo 16 o dall'articolo 12, comma 2, è nullo. È parimenti nullo di trasferimento a qualunque titolo di azioni o quote di società concessionarie private nelle ipotesi in cui l'assetto della proprietà che ne derivi risulti contrario al disposto del comma 2.
5. Nei casi di trasferimento, a qualsiasi titolo, di azioni o quote di società concessionarie private che interessino più del 10 per cento del capitale sociale o più del 2 per cento se trattasi di società quotate in borsa, o di trasferimento per effetto del quale un singolo soggetto o più soggetti collegati ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile vengano a disporre di una quota di capitale o di proprietà superiore al 20 per cento del capitale della società concessionaria privata, la stessa società è tenuta ad inoltrare domanda di conferma della concessione, con la stessa scadenza di quella originale, cui il Ministro assente, sentito il Garante. Nel caso di trasferimento di imprese individuali il titolare delle quali era in possesso di concessione ai sensi del presente articolo, il titolare subentrante è tenuto ad inoltrare domanda di conferma della concessione con la stessa scadenza di quella originaria, cui il Ministro assente, sentito il Garante.

Art. 18.

(Norme sugli impianti e le radiofrequenze dei concessionari)

1. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni potrà, in considerazione delle finalità di cui ai commi 9 e 10 dell'articolo 3 o in relazione alle esigenze di carattere urbanistico, ambientale o sanitario, promuovere intese tra i concessionari privati per l'installazione e l'esercizio di impianti di radiodiffusione sonora e televisiva, nonché per la costituzione di consorzi al fine dell'esecuzione e manutenzione di opere connesse ai rispettivi impianti ovvero al fine della realizzazione ed esecuzione in comune di impianti serventi uno stesso bacino di utenza.
2. Il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, qualora sia previsto che gli impianti dei concessionari privati debbano avere caratteristiche diverse da quelle di fatto possedute, prescrive le necessarie modifiche, fissando altresì un termine, non superiore a sei mesi, entro il quale devono essere apportate.
3. Si applicano ai concessionari privati le norme concernenti la protezione delle radiocomunicazioni relative all'assistenza e alla sicurezza del volo di cui alla legge 8 aprile 1983, n. 110; tali disposizioni sono estese, in quanto applicabili, alle bande di frequenza assegnate ai servizi di polizia ed agli altri servizi pubblici essenziali.
4. In caso di pubblica emergenza e per un periodo di tempo non superiore alla durata della stessa, il Presidente del Consiglio dei ministri, su proposta dei Ministri della difesa, dell'interno e delle poste e delle telecomunicazioni, può disporre che le radiofrequenze assegnate ai con-

cessionari privati siano temporaneamente utilizzate dai competenti organi dello Stato che ne abbiano necessità.

Art. 19.

(Numero massimo di concessioni consentite per la radiodiffusione sonora e televisiva privata)

1. Le concessioni per la radiodiffusione televisiva in ambito locale rilasciate al medesimo soggetto non possono essere in numero superiore a una all'interno di ogni bacino di utenza e a tre con riferimento a bacini di utenza diversi; in tali bacini, che possono essere contigui, purché nel loro insieme comprendano una popolazione non superiore a 10 milioni di abitanti, è consentita anche la programmazione unificata sino all'interno arco della giornata. Entro tale limite di popolazione il numero dei bacini contigui può essere esteso fino a quattro nell'area meridionale.
2. Le concessioni per la radiodiffusione sonora in ambito locale rilasciate al medesimo soggetto non possono essere in numero superiore a una all'interno di ciascun bacino di utenza e a sette complessivamente anche per bacini contigui, purché nel loro insieme comprendano una popolazione non superiore a 10 milioni di abitanti; è consentita la programmazione anche unificata sino all'intero arco della giornata.
3. Chi ha ottenuto la concessione per radiodiffusione televisiva di cui al comma 1 può ottenere la concessione per radiodiffusione sonora in ambito locale a condizione che per lo stesso bacino di utenza il numero delle domande per il settore radiofonico non sia superiore al numero di frequenze da assegnare. Alla stessa condizione chi ha già ottenuto una concessione per radiodiffusione locale ne può ottenere una seconda nel medesimo ambito territoriale.
4. Non si può essere contemporaneamente titolari di concessioni o autorizzazioni per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito nazionale e locale.
5. Ai fini dell'applicazione del presente articolo, alla titolarità della concessione è equiparato il controllo o collegamento, ai sensi dell'articolo 37 della presente legge, con società titolari di concessione, ovvero, per le persone fisiche o giuridiche non societarie, la titolarità di azioni o di quote nelle misure indicate dall'articolo 2359 del codice civile o l'esistenza dei vincoli contrattuali ivi previsti.

Art. 20.

(Obblighi concernenti la programmazione dei concessionari)

1. I concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva in ambito locale sono tenuti a trasmettere programmi per non meno di otto ore giornaliere e per non meno di sessanta-quattro ore settimanali. Su quest'ultimo limite si calcola la percentuale di programmi informativi locali prevista dal comma 18 dell'articolo 16.
2. I concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva in ambito nazionale sono tenuti a trasmettere per non meno di dodici ore giornaliere e per non meno di novanta ore settimanali.
3. Non si considerano programmi le trasmissioni meramente ripetitive o consistenti in immagini fisse.
4. I concessionari privati devono tenere un registro, conforme al modello approvato con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni e bollato e vidimato in conformità alle disposizioni dell'articolo 2215 del codice civile, su cui devono essere annotati settimanalmente i dati relativi ai programmi trasmessi, nonché la loro provenienza o la specificazione della loro autoproduzione.

5. I concessionari privati sono altresì tenuti a conservare la registrazione dei programmi per i tre mesi successivi alla data di trasmissione dei programmi stessi.
6. I soggetti titolari di concessione per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito nazionale sono tenuti a trasmettere, quotidianamente, telegiornali o giornali radio.

Art. 21.

(Autorizzazione per la trasmissione di programmi in contemporanea)

1. La trasmissione di programmi in contemporanea da parte di concessionari privati per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito locale, che operano in bacini di utenza diversi, è subordinata ad autorizzazione rilasciata con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, sulla base di preventive intese tra i concessionari privati che la richiedano.
2. L'autorizzazione è rilasciata ai singoli concessionari privati ovvero ai consorzi da essi costituiti secondo le forme previste dal regolamento di cui all'articolo 36.
3. L'autorizzazione abilita a trasmettere in contemporanea per una durata giornaliera non eccedente le sei ore, salvo il caso di trasmissioni informative per eventi eccezionali e non prevedibili secondo le forme previste dal regolamento di cui all'articolo 36.
4. Le emittenti che operano ai sensi del presente articolo sono considerate emittenti esercenti reti locali.

Art. 22.

(Canoni e tasse)

1. I titolari delle concessioni per radiodiffusione a carattere commerciale e delle autorizzazioni previste dal presente Capo sono tenuti al pagamento di un canone annuo nelle misure seguenti:
 - a) per le concessioni per radiodiffusione sonora in ambito locale: lire cinque milioni;
 - b) per le concessioni per radiodiffusione televisiva in ambito locale: lire venti milioni;
 - c) per le concessioni per radiodiffusione sonora in ambito nazionale: lire cinque milioni per ogni bacino di utenza sonora previsto dal piano di assegnazione fino ad un massimo di lire cento milioni;
 - d) per le concessioni per radiodiffusione televisiva in ambito nazionale: lire venti milioni per ogni bacino di utenza televisiva previsto dal piano di assegnazione;
 - e) per le autorizzazioni di cui all'articolo 21 concernenti la trasmissione di programmi televisivi: lire cinque milioni per ciascuno dei bacini di utenza serviti;
 - f) per le autorizzazioni di cui all'articolo 21 concernenti la trasmissione di programmi radiofonici: un milione di lire per ciascuno dei bacini di utenza serviti.
2. I concessionari privati per la radiodiffusione sonora a carattere comunitario sono obbligati al pagamento dei canoni di cui al comma 1 e delle tasse di cui al comma 6 nella misura del 25 per cento.
3. L'ammontare dei canoni previsti dal comma 1 è aggiornato ogni tre anni con decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, di concerto con il Ministro del tesoro, in relazione alla variazione del tasso di inflazione verificatasi nel triennio precedente.
4. I canoni di concessione di cui al comma 1 sono versati, entro il 31 gennaio di ciascun anno, a favore dell'Amministrazione delle poste e delle telecomunicazioni con imputazione ad apposito capitolo dello stato di previsione dell'entrata.

5. Ove la concessione o l'autorizzazione vengano rilasciate nel corso dell'anno il canone dovuto è determinato in proporzione dei mesi dell'anno per i quali vale la concessione o l'autorizzazione. Il canone non è dovuto per le autorizzazioni di cui all'articolo 21 rilasciate per periodi inferiori a trenta giorni e a carattere non reiterativo.
6. Dopo la voce n. 127 della tariffa annessa al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 641, e successive modificazioni, sono aggiunte le voci riportate nella tabella allegata.
7. I canoni di concessione riguardano l'esercizio di emittenti o reti comprendenti gli impianti di diffusione e di collegamento.

Art. 23.

(Misure di sostegno della radiodiffusione)

1. Al comma 2 dell'articolo 65 del testo unico approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, dopo la lettera c), è aggiunta la seguente: "c-bis) le erogazioni liberali a favore dei concessionari privati per la radiodiffusione sonora a carattere comunitaria per un ammontare complessivo non superiore all'1 per cento del reddito imponibile del soggetto che effettua l'erogazione stessa".
2. Le Regioni, con proprio provvedimento, possono disporre agevolazioni a favore dei concessionari privati per la radiodiffusione sonora a carattere comunitario in ambito locale, in particolare con riferimento alla copertura dei costi di installazione e gestione degli impianti.
3. Ai concessionari privati o in ambito locale a carattere commerciale, che abbiano registrato la testata radiofonica o televisiva giornalistica presso il competente tribunale, che osservino le disposizioni di cui ai commi 1, 2 e 3 dell'articolo 9 della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e che trasmettano quotidianamente, nelle ore comprese tra le 7 e le 23, per almeno tre ore se trattasi di radiodiffusione sonora e di un'ora se trattasi di radiodiffusione televisiva, programmi informativi autoprodotti su avvenimenti politici, religiosi, economici, sociali, sindacali o culturali, nonché ai titolari di concessione per radiodiffusione sonora a carattere comunitario si applicano i benefici di cui all'articolo 28 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni ed integrazioni, e all'articolo 11, comma 1, lettere a) e b), della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Art. 24.

(Reti della concessionaria pubblica e controllo di imprese concessionarie di pubblicità)

1. Con l'atto di concessione di cui all'articolo 3 della legge 14 aprile 1975, n. 103, possono essere assentite alla concessionaria pubblica tre reti televisive e tre reti radiofoniche oltre, ove richiesto dai Presidenti del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati, una rete radiofonica riservata esclusivamente e trasmissioni dedicate ai lavori parlamentari.
2. Le imprese concessionarie di pubblicità che si trovino in situazioni di controllo o collegamento con la concessionaria pubblica possono raccogliere pubblicità anche per tre reti radiofoniche della concessionaria stessa.
3. Al di fuori dei casi regolati dal comma 7 dell'articolo 15, il controllo di imprese concessionarie di pubblicità che raccolgano in esclusiva o comunque abbiano raccolto nell'anno precedente oltre il 50 per cento del fatturato pubblicitario di una emittente radiofonica o televisiva nazionale si considera, agli effetti delle norme della presente legge, equivalente alla titolarità della concessione di cui all'articolo 16.

Capo III**NORME PER LA CONCESSIONARIA DEL SERVIZIO PUBBLICO****Art. 25.**

(Consiglio di amministrazione della concessionaria pubblica)

1. Il Consiglio di amministrazione della concessionaria pubblica è nominato dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi subito dopo la costituzione di questa all'inizio della legislatura.
2. Il Consiglio di amministrazione dura in carica per l'intera durata della legislatura.
3. Il comma 2 dell'articolo 6 del decreto-legge 6 dicembre 1984, n. 807, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 febbraio 1985, n. 10, è abrogato.

Art. 26.

(Riserva a favore di opere comunitarie e nazionali)

1. A decorrere dalla data di rilascio della concessione, la concessionaria pubblica e i concessionari privati nazionali devono riservare, in relazione alla direttiva del Consiglio delle Comunità europee del 3 ottobre 1989 (89/552/CEE), alle opere europee, sul totale del tempo dedicato ogni anno alla trasmissione di film cinematografici, le seguenti percentuali:
 - a) non meno del 40 per cento per il primo triennio;
 - b) non meno del 51 per cento per gli anni successivi.
2. La percentuale per il primo biennio, qualora non possa essere raggiunta per insufficienza quantitativa di produzione europea, non dovrà comunque essere inferiore a quella risultante nell'anno precedente l'entrata in vigore della presente legge.
3. Alle opere di origine italiana deve essere riservato non meno del 50 per cento del tempo di trasmissione effettivamente destinato alle opere europee. Di tale percentuale, per quanto riguarda i film cinematografici, un minimo di un quinto deve essere costituito da opere prodotte negli ultimi cinque anni.
4. Sono considerati film cinematografici quelli riconosciuti tali dagli organi competenti in materia di cinematografia di ciascuno Stato della Comunità economica europea.
5. Per i programmi della concessionaria pubblica in lingua tedesca, francese, slovena e ladina, la riserva di cui al comma 1 comprende altresì produzioni, acquisizioni e lavorazioni della Svizzera, dell'Austria e della Jugoslavia.

Art. 27.

(Norme sul canone di abbonamento)

1. A decorrere dal 1° gennaio dell'anno successivo a quello di entrata in vigore della presente legge è soppresso il canone di abbonamento suppletivo dovuto dai detentori di apparecchi atti o adattabili alla ricezione di trasmissioni televisive a colori previsto dall'articolo 15, quarto comma, della legge 14 aprile 1975, n. 103.
2. Il pagamento del canone di abbonamento alla televisione consente la detenzione di uno o più apparecchi televisivi ad uso privato da parte dello stesso soggetto nei luoghi adibiti a propria residenza o dimora.

Art. 28.

(Consiglio consultivo degli utenti)

1. È istituito presso l'Ufficio del Garante un Consiglio consultivo degli utenti composto da membri nominati dal Garante tra le associazioni rappresentative delle categorie di utenti radiotelevisivi e tra esperti scelti in base alle competenze in materia di difesa degli interessi degli utenti.
2. Il Garante è tenuto ad emanare un regolamento che detti i criteri attraverso cui procedere alla nomina dei rappresentanti di cui al comma 1 fissando il numero dei consiglieri e le norme di funzionamento.

TITOLO III

DIFFUSIONE VIA CAVO

Art. 29.

(Delega)

1. Il Governo è delegato ad emanare, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentite le competenti Commissioni parlamentari, uno o più decreti aventi valore di legge ordinaria per modificare le disposizioni contenute nel titolo II della legge 14 aprile 1975, n. 103, concernenti gli impianti di diffusione sonora e televisiva via cavo, con l'osservanza dei seguenti criteri direttivi:
 - a) la distribuzione di programmi sonori e televisivi via cavo mono o pluricanale è subordinata ad autorizzazione rilasciata dal Ministero delle poste e delle telecomunicazioni;
 - b) la durata dell'autorizzazione, i requisiti per ottenerla e gli obblighi dei soggetti autorizzati sono fissati tenendo conto di quelli previsti per le concessioni disciplinate dalla presente legge;
 - c) i richiedenti l'autorizzazione devono servirsi dei mezzi di telecomunicazione dei gestori del servizio pubblico; nel caso in cui non vi sia disponibilità dei mezzi pubblici l'installazione e l'esercizio delle reti e degli impianti sono oggetto di apposite concessioni;
 - d) allo scopo di evitare interferenze e duplicazioni devono essere disciplinati i rapporti con i gestori di reti e servizi di telecomunicazione, nonché le modalità di distribuzione dei programmi agli utenti;
 - e) il titolare dell'autorizzazione sarà tenuto al pagamento di un canone e di una tassa di concessione governativa il cui ammontare è da determinare in correlazione a quelli stabiliti per le analoghe concessioni rilasciate per la radiodiffusione.
2. Le autorizzazioni di cui al presente articolo sono equiparate alle concessioni ai sensi e per gli effetti di cui agli articoli 15 e 19 della presente legge.

TITOLO IV

SANZIONI

Art. 30.

(Disposizioni penali)

1. Nel caso di trasmissioni radiofoniche o televisive che abbiano carattere di oscenità il concessionario privato o la concessionaria pubblica ovvero la persona da loro delegata al controllo della trasmissione è punito con le pene previste dal primo comma dell'articolo 528 del codice penale.

2. Si applicano alle trasmissioni le disposizioni di cui agli articoli 14 e 15 della legge 8 febbraio 1948, n. 47.
3. Salva la responsabilità di cui ai commi 1 e 2 fuori dei casi di concorso, i soggetti di cui al comma 1 che per colpa omettano di esercitare sul contenuto delle trasmissioni il controllo necessario ad impedire la commissione dei reati di cui ai commi 1 e 2 sono puniti, se nelle trasmissioni in oggetto è commesso un reato, con la pena stabilita per tale reato diminuita in misura non eccedente un terzo.
4. Nel caso di reati di diffamazione commessi attraverso trasmissioni consistenti nell'attribuzione di un fatto determinato, si applicano ai soggetti di cui al comma 1 le sanzioni previste dall'articolo 13 della legge 8 febbraio 1948, n. 47.
5. Per i reati di cui ai commi 1, 2 e 4 del presente articolo si applicano le disposizioni di cui all'articolo 21 della legge 8 febbraio 1948, n. 47. Per i reati di cui al comma 4 il foro competente è determinato dal luogo di residenza della persona offesa.
6. Sono puniti con le pene stabilite dall'articolo 5-bis del decreto-legge 8 aprile 1974, n. 95, convertito, con modificazioni, dalla legge 7 giugno 1974, n. 216, e successive modificazioni, il titolare di concessione di cui all'articolo 16 o di concessione per servizio pubblico ovvero la persona dagli stessi delegata che violi le disposizioni di cui agli articoli 12, 13, 14, 17 e di cui al comma 2 dell'articolo 37 della presente legge. Le stesse pene si applicano agli amministratori della società titolare di concessione ai sensi dell'articolo 16 o di concessione per servizio pubblico o che comunque la controllano direttamente o indirettamente, che non trasmettano al Garante l'elenco dei propri soci.
7. L'articolo 195 del testo unico delle disposizioni legislative in materia postale, di bancoposta e di telecomunicazioni, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 29 marzo 1973, n. 156, come sostituito dall'articolo 45 della legge 14 aprile 1975, n. 103, è sostituito dal seguente:
"Art. 195. - (Installazione ed esercizio di impianti di telecomunicazione senza concessione od autorizzazione - Sanzioni)
 - a) Chiunque installa od esercita un impianto di telecomunicazione senza aver ottenuto la relativa concessione o autorizzazione è punito, se il fatto non costituisce reato, con la sanzione amministrativa pecuniaria da lire 500.000 a lire 20.000.000.
 - b) Se il fatto riguarda impianti radioelettrici, si applica la pena dell'arresto da tre a sei mesi.
 - c) Se il fatto riguarda impianti di radiodiffusione sonora o televisiva, si applica la pena della reclusione da uno a tre anni. La pena è ridotta alla metà se trattasi di impianti per la radiodiffusione sonora o televisiva in ambito locale.
 - d) Chiunque realizza trasmissioni, anche simultanee o parallele, contravvenendo ai limiti territoriali o temporali previsti dalla concessione, è punito con la reclusione da sei mesi a due anni.
 - e) Il trasgressore è tenuto, in ogni caso, al pagamento di una somma pari al doppio dei canoni previsti per ciascuno dei collegamenti abusivamente realizzati relativamente al periodo di esercizio abusivo accertato e comunque per un periodo non inferiore ad un trimestre. Non si tiene conto, nella determinazione del canone, delle agevolazioni previste a favore di determinate categorie di utenti.
 - f) Indipendentemente dall'azione penale, l'Amministrazione può provvedere direttamente, a spese del possessore, a sigillare o rimuovere l'impianto ritenuto abusivo ed a sequestrare gli apparecchi".

Art. 31.

(Sanzioni amministrative di competenza del Garante e del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni)

1. Il Garante, in caso di inosservanza delle disposizioni di cui agli articoli 8, 9, 20, 21 e 26, dispone i necessari accertamenti e contesta gli addebiti agli interessati, assegnando un termine non superiore a quindici giorni per le giustificazioni.
2. Trascorso tale termine o quando le giustificazioni risultino inadeguate il Garante diffida gli interessati a cessare dal comportamento illegittimo entro un termine non superiore a quindici giorni a tal fine assegnato.
3. Ove il comportamento illegittimo persista oltre il termine indicato al comma 2, ovvero nei casi di mancata, incompleta o tardiva osservanza dell'obbligo di rettifica di cui ai commi 2, 3 e 4 dell'articolo 10, ovvero ancora nei casi di inosservanza dei divieti di cui ai commi da 8 e 15 dell'articolo 15, il Garante delibera l'irrogazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da lire 10 milioni a lire 100 milioni e, nei casi più gravi, la sospensione dell'efficacia della concessione o dell'autorizzazione per un periodo da uno a dieci giorni. Le stesse sanzioni si applicano qualora la rettifica sia effettuata a seguito del procedimento di cui al comma 4 dell'articolo 10, salvo diversa determinazione del Garante ove ricorrano giustificati motivi.
4. Per le sanzioni amministrative conseguenti alla violazione delle norme richiamate nel comma 1, si applicano, in quanto non diversamente previsto, le norme contenute nel capo I, sezioni I e II, della legge 24 novembre 1981, n. 689.
5. Nei casi di recidiva nelle stesse violazioni entro l'arco di trecentosessantacinque giorni il Garante dispone la sospensione dell'efficacia della concessione e dell'autorizzazione per un periodo da undici a trenta giorni e nei casi più gravi propone la revoca della concessione o dell'autorizzazione.
6. Qualora il titolare di una o più concessione per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale venga a trovarsi nelle condizioni previste dal comma 1 dell'articolo 15 per fatti diversi dall'aumento delle tirature o abbia superato i limiti di cui al comma 2 dell'articolo 15, per fatti diversi dall'aumento del fatturato dei propri mezzi, nonché i limiti di cui al comma 4 dell'articolo 15, il Garante invita il titolare medesimo a promuovere e a compiere gli atti necessari per ottemperare i divieti entro un termine contestualmente assegnato non superiore a trecentosessanta giorni.
7. Nel caso di inosservanza dell'invito il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni revoca la concessione su proposta del Garante.
8. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, in caso di inosservanza delle disposizioni di cui agli articoli 10, comma 5 e 18 ovvero delle prescrizioni contenute nel regolamento di cui all'articolo 36 e nell'atto di concessione e autorizzazione, dispone i necessari accertamenti e contesta gli addebiti agli interessati, assegnando un termine non superiore a quindici giorni per le giustificazioni.
9. Trascorso tale termine, il Ministro diffida gli interessati a cessare dal comportamento illegittimo, entro un termine non superiore a quindici giorni a tal fine assegnato.
10. Ove il comportamento illegittimo persista, il Ministro delibera l'irrogazione della sanzione amministrativa del pagamento di una somma da un minimo di 3 ad un massimo di lire 100 milioni nonché, nei casi più gravi, la sospensione dell'efficacia della concessione o dell'auto-

- rizzazione per un periodo fino a trenta giorni.
11. Per le sanzioni amministrative conseguenti alla violazione delle norme richiamate nel comma 8, si applicano, le norme contenute nel capo I, sezioni I e II, della legge 21 novembre 1981, n. 689.
 12. Per i casi di recidiva il Ministro dispone, nei casi più gravi, la sospensione dell'efficacia della concessione o dell'autorizzazione per un periodo da tre a dodici mesi ovvero la revoca della concessione o autorizzazione.
 13. Il Ministro delibera la revoca della concessione o dell'autorizzazione nei seguenti casi:
 - a) di condanna penale irrevocabile alla quale consegue il divieto di rilascio della concessione o dell'autorizzazione;
 - b) di perdita dei requisiti previsti per il rilascio della concessione o della autorizzazione;
 - c) di proposta del Garante, formulata ai sensi dei commi 5 e 7.
 14. Ove la condanna penale o la perdita dei requisiti soggettivi riguardino il rappresentante legale della persona giuridica titolare della concessione, la revoca di cui al comma 13 ha luogo se il rappresentante stesso non venga sostituito entro sessanta giorni dal verificarsi dell'evento.
 15. La revoca della concessione o dell'autorizzazione comporta la cancellazione del registro di cui all'articolo 12.
 16. I direttori dei Circoli delle costruzioni telegrafiche e telefoniche segnalano senza ritardo al Garante ed al Ministero delle poste e delle telecomunicazioni le violazioni alle disposizioni richiamate dal presente articolo.
 17. Le somme versate a titolo di sanzioni amministrative per le violazioni previste dal presente articolo spettano esclusivamente allo Stato.

Titolo V

NORME TRANSITORIE E FINALI

Art. 32

(Autorizzazione alla prosecuzione nell'esercizio)

1. I privati, che alla data di entrata in vigore della presente legge esercitano impianti di radio-diffusione sonora o televisiva in ambito nazionale o locale e i connessi collegamenti di telecomunicazione, sono autorizzati a proseguire nell'esercizio degli impianti stessi, a condizione che abbiano inoltrato domanda per il rilascio della concessione di cui all'articolo 16 entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge e fino al rilascio della concessione stessa ovvero fino alla reiezione della domanda e comunque non oltre settecentotrenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.
2. Nel tempo che intercorre tra la data di entrata in vigore della presente legge e il rilascio della concessione ovvero la reiezione della domanda ovvero ancora la scadenza di settecentotrenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge non è ammessa modificazione della funzionalità tecnico-operativa degli impianti di cui al comma 1 ad eccezione di interventi derivanti da provvedimenti di organi giurisdizionali o del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni con le procedure di cui alla legge 8 aprile 1983, n. 110, finalizzati al coordinamento e alla compatibilità elettromagnetica con impianti radioelettrici ed in particolare con impianti dei servizi pubblici nazionali ed esteri, dei servizi di navigazione aerea e di assistenza al volo e

delle emittenti private già esistenti. Sono altresì ammessi interventi, autorizzati dal Ministro delle poste e delle telecomunicazioni con le procedure di cui alla legge 8 aprile 1983, n. 110, che non modifichino i parametri radioelettrici degli impianti.

3. I privati di cui al comma 1 sono autorizzati a proseguire nell'esercizio degli impianti alla ulteriore condizione che rendano sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, comunicazione contenente i dati e gli elementi previsti dall'articolo 4, comma 1, del decreto-legge 6 dicembre 1984, n. 807, convertito, con modificazioni dalla legge 4 febbraio 1985, n. 10, corredata dalle schede tecniche previste dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 13 dicembre 1984, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 346 del 18 dicembre 1984.
4. È vietata la detenzione da parte dei privati di cui al presente articolo di frequenze non indispensabili per l'illuminazione dell'area di servizio e del bacino.
5. L'inosservanza delle disposizioni di cui al presente articolo, ovvero la radiodiffusione di trasmissione consistenti in immagini o segnali sonori fissi o ripetitivi, comporta la disattivazione degli impianti da parte del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni.
6. Le disposizioni di cui ai precedenti commi si applicano anche agli esercenti di impianti di ripetizioni di segnali esteri.

Art. 33

(Norme per i soggetti autorizzati)

1. Le norme di cui agli articoli 10; 11; ai commi 1, 2, 3, 4, 6 e 7 dell'articolo 13, anche se non finalizzate all'iscrizione nel registro nazionale delle imprese radiotelevisive; all'articolo 14, ai commi 6 e 8 a 15 dell'articolo 15; al comma 3 dell'articolo 20 nonché le connesse disposizioni sanzionatorie di cui agli articoli 30 e 31 riferentisi ai concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva in ambito rispettivamente nazionale e locale, si applicano ai soggetti di cui all'articolo 32 i quali esercitano rispettivamente, alla data di entrata in vigore della presente legge, reti nazionali ovvero emittenti e reti locali, così come definite ai sensi del comma 11 dell'articolo 3 e del comma 3 dell'articolo 21.
2. Le norme di cui agli articoli 8 (fatto salvo quanto disposto dal comma 16 dell'articolo 15); 9 ai commi 7 e 15 dell'articolo 15; ai commi 1, 2, 4, 5 e 6 dell'articolo 20; all'articolo 31, hanno efficacia a decorrere dal trecentosessantacinquesimo giornodalla data di entrata in vigore della presente legge; per i concessionari privati esercenti attività di radiodiffusione sonora in ambito nazionale e locale hanno efficacia a decorrere dal settecentotrentesimo giorno dalla data di entrata in vigore della presente legge: a tal fine le norme riferentisi ai concessionari privati per la radiodiffusione sonora e televisiva rispettivamente in ambito nazionale e locale si applicano ai soggetti di cui all'articolo 32 i quali esercitano rispettivamente alla data di entrata in vigore della presente legge, reti nazionali, ovvero emittenti e reti locali, così come definite ai sensi del comma 11 dell'articolo 3 e del comma 3 dell'articolo 21. Fino al 31 dicembre 1992, la percentuale di cui al primo periodo del comma 7 dell'articolo 15 è fissata al 3 per cento e gli eventuali ulteriori contratti di cui al medesimo periodo possono riguardare anche emittenti televisive locali.
3. In sede di prima applicazione della presente legge le disposizioni di cui all'articolo 15, comma 1, si applicano a decorrere dal trecentosessantacinquesimo giorno successivo a quello del rila-

scio della concessione e comunque non oltre il settecentotrentesimo giorno dalla data di entrata in vigore della presente legge. Trascorso tale termine la concessione è revocata di diritto e gli impianti vengono disattivati qualora il titolare della concessione non abbia ottemperato alle disposizioni medesime.

4. I soggetti i quali, alla data di entrata in vigore della presente legge, abbiano già conseguito una posizione vietata ai sensi del comma 2 dell'articolo 15, sono obbligati ad adempiere al disposto di detto comma entro il termine massimo di settecentotrenta giorni. In caso di inadempienza il Garante dispone la disattivazione degli impianti televisivi ovvero, qualora la concentrazione sia realizzata senza l'apporto di reti televisive, la dimissione forzata ovvero ancora lo scorporo e la vendita forzata di attività esercite da società controllate o collegate ai soggetti di cui al presente comma.

Art. 34

(Disposizioni transitorie)

1. Il primo piano di assegnazione viene definito sulla base del piano nazionale di ripartizione delle radiofrequenze vigente alla data di entrata in vigore della presente legge. Gli impianti censiti ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 6 dicembre 1984, n. 807 convertito, con modificazioni, dalla legge 4 febbraio 1985, n. 10, costituiscono elementi per la definizione del piano stesso che è redatto entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge dal Ministero delle poste e delle telecomunicazioni sentita l'apposita commissione nominata dal Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, che può avvalersi della collaborazione di enti, società ed esperti scelti con le modalità ed alle condizioni previste dall'articolo 380 del testo unico approvato con decreto del Presidente della Repubblica 10 gennaio 1957, n. 3.
2. Fino a quando non sarà emanato il decreto del Presidente della Repubblica di approvazione del piano nazionale di ripartizione delle radiofrequenze di cui all'articolo 3, la ripartizione delle frequenze stesse è regolata dal decreto del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni 31 gennaio 1983, pubblicato nel supplemento ordinario alla Gazzetta Ufficiale n. 47 del 17 febbraio 1983, e successive modificazioni ed integrazioni.
3. In sede di prima applicazione della presente legge costituisce, a parità di condizioni, titolo preferenziale per il rilascio della concessione di cui all'articolo 16 l'esercizio di impianti per la radiodiffusione sonora e televisiva ai sensi dell'articolo 32 qualora gli esercenti abbiano fatto domanda e rispettino le condizioni di cui allo stesso articolo 32 e ferma restando l'applicazione dei criteri di cui al comma 17 dell'articolo 16. Il suddetto titolo preferenziale comporta che i trasferimenti di cui al comma 1 dell'articolo 13 determinano la decadenza della concessione se effettuati entro quattro anni dal rilascio della concessione stessa qualora la vendita di azioni o di quote determini il passaggio del controllo della società.
4. In sede di prima applicazione della presente legge, in deroga a quanto previsto dal comma 1 dell'articolo 19, possono essere assentite due concessioni per radiodiffusione sonora o televisiva ad un medesimo soggetto per un solo bacino di utenza qualora dello stesso bacino esercisca e abbia esercito continuamente, a partire dalla data di entrata in vigore della legge 4 febbraio 1985, n. 10, impianti per i quali è stata inoltrata nei termini la comunicazione di cui all'articolo 4 del decreto-legge 6 dicembre 1984 n.807, convertito, con modificazioni della predetta legge n. 10 del 1985, e purché rispetti le condizioni di cui all'articolo 32 della presente legge.

5. Le concessioni previste nella presente legge possono essere rilasciate solo dopo l'approvazione del piano di assegnazione.
6. Il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni in sede di prima applicazione della presente legge, è tenuto a rilasciare le concessioni di cui al presente articolo non oltre novanta giorni dalla data di emanazione del regolamento di cui all'articolo 36.
7. In sede di prima applicazione della presente legge il Presidente del Senato della Repubblica e della Camera dei Deputati nominato per un triennio il Garante dell'attuazione della legge sull'editoria in carica alla data di entrata in vigore della presente legge Garante per la radiodiffusione e l'editoria. È esclusa la facoltà di conferma di cui al comma 3 dell'articolo 6.

Art. 35

(Emissione radiotelevisiva da Campione d'Italia)

1. Le disposizioni intese a disciplinare l'emissione radiotelevisiva proveniente da Campione d'Italia sono adottate dal Ministro delle poste e delle telecomunicazioni d'intesa con il Ministro degli affari esteri, in conformità alle norme alla presente legge.

Art. 36

(Regolamento di attuazione)

1. Il regolamento di attuazione è emanato entro novanta giorni dall'approvazione del piano di assegnazione con decreto del Presidente della Repubblica su proposta del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni, previa deliberazione del Consiglio dei ministri, sentiti il Consiglio superiore tecnico delle poste, delle telecomunicazioni e dell'automazione e il Garante, nonché le competenti Commissioni parlamentari, che esprimono il parere entro quindici giorni dalla trasmissione dello schema di regolamento.

Art. 37

(Norme sulle società controllate e società collegate)

1. Ai fini della presente legge costituiscono controllo e collegamento la sussistenza dei rapporti configurati come tali nell'articolo 2359 del codice civile, ancorché tali rapporti siano realizzati congiuntamente con altri soggetti tramite società direttamente o indirettamente controllate o tramite intestazione fiduciaria o mediante accordi parasociali. Si ritiene esistente, salvo prova contraria, l'influenza dominante prevista dal primo comma dell'articolo 2359 del codice civile quando ricorrano rapporti di carattere finanziario o organizzativo che consentano anche una sola delle seguenti attività:
 - a) la comunicazione degli utili o delle perdite;
 - b) il coordinamento della gestione dell'impresa radiotelevisiva con quella di altre imprese ai fini di limitare la concorrenza tra le imprese stesse;
 - c) una distribuzione degli utili o delle diversa, quando ai soggetti o alla misura, da quella che sarebbe avvenuta in assenza dei rapporti stessi;
 - d) l'attribuzione di poteri maggiori rispetto a quelli derivanti dal numero delle azioni o delle quote possedute;
 - e) l'attribuzione a soggetti diversi da quelli legittimati in base all'assetto proprietario di poteri nella scelta degli amministratori e dei dirigenti di imprese radiotelevisive, nonché dei diret-

tori delle testate trasmesse.

2. Ai fini della presente legge le società in nome collettivo e in accomandita semplice debbono in ogni caso essere costituite soltanto da persone fisiche.

Art. 38

(Equiparazione per la ripetizione dei canali esteri)

1. Ai fini della applicazione delle norme della presente legge, ai concessionari privati in ambito nazionale sono equiparati i titolari di autorizzazione ai sensi dell'articolo 38 della legge 14 aprile 1975, n.103.

Art. 39

(Attuazione di direttiva)

1. Con la presente legge è data attuazione alla direttiva del Consiglio delle Comunità europee del 3 ottobre 1989 (89/552/CEE).

Art. 40

(Disposizioni transitorie a favore della radiodiffusione sonora)

1. Fino al 31 dicembre 1990 restano in vigore le agevolazioni e le provvidenze previste, per la radiodiffusione sonora, dal comma 1 dell'articolo 11 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Art. 41

(Copertura finanziaria)

1. All'onere derivante dall'attuazione della presente legge, valutato in lire 6.900 milioni per l'anno 1990, in lire 5.100 milioni per l'anno 1991 e in lire 6.300 milioni a decorrere dall'anno 1992, si provvede mediante utilizzo di una corrispondente quota delle maggiori entrate previste dall'articolo 22.
2. Il Ministro del tesoro è autorizzato ad apportare, con propri decreti, le occorrenti variazioni di bilancio.
3. La presente legge munita di sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta Ufficiale degli atti normativi della Repubblica Italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.

Data a Roma, addì 6 agosto 1990

COSSIGA

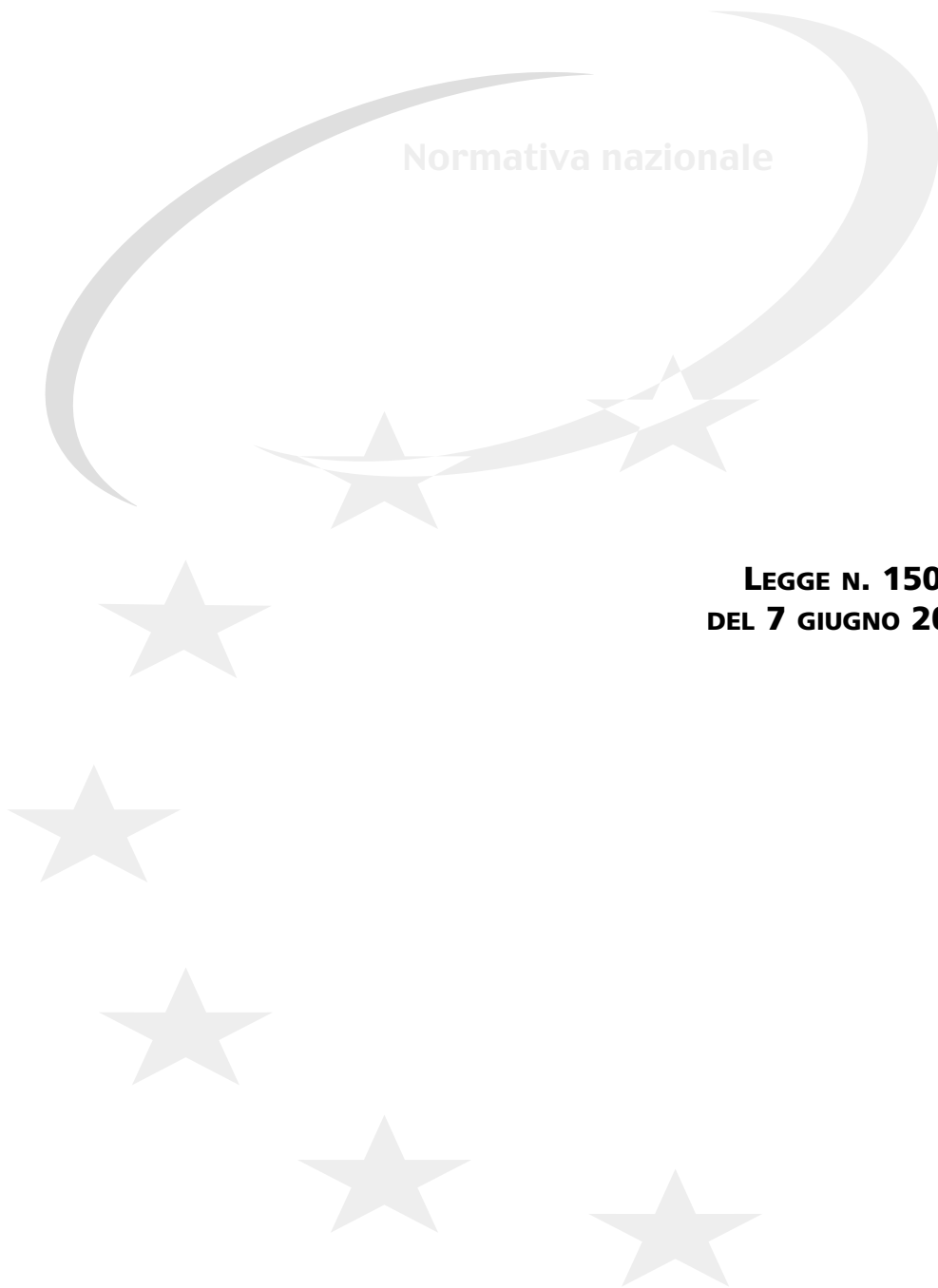
ANDREOTTI, *Presidente del Consiglio dei Ministri*

MAMMÌ, *Ministro delle poste e delle telecomunicazioni*

Visto, il Guardasigilli: VASSALLI

Normativa nazionale

**LEGGE N. 150/00
DEL 7 GIUGNO 2000**



Legge 7 giugno 2000, n. 150

“Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”
pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 136 del 13 giugno 2000

La Camera dei deputati ed il Senato della Repubblica hanno approvato:

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

PROMULGA LA SEGUENTE LEGGE:

CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Art. 1. (Finalità ed ambito di applicazione)

1. Le disposizioni della presente legge, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, disciplinano le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.
2. Ai fini della presente legge sono pubbliche amministrazioni quelle indicate all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29.
3. È salva la disciplina vigente relativa alla pubblicità legale od obbligatoria degli atti pubblici.
4. Nel rispetto delle norme vigenti in tema di segreto di Stato, di segreto d'ufficio, di tutela della riservatezza dei dati personali e in conformità ai comportamenti richiesti dalle carte deontologiche, sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:
 - a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
 - b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
 - c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.
5. Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:
 - a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
 - b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
 - 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 conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.
6. Le attività di informazione e di comunicazione istituzionale di cui alla presente legge non sono soggette ai limiti imposti in materia di pubblicità, sponsorizzazioni e offerte al pubblico.

Art. 2. (Forme, strumenti e prodotti)

1. Le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale non pubblicitaria, anche attraverso la pubblicità, le distribuzioni o vendite promozionali, le affissioni, l'organizzazione di manifestazioni e la partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi.
2. Le attività di informazione e di comunicazione sono attuate con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione di messaggi, anche attraverso la strumentazione grafico-editoriale, le strutture informatiche, le funzioni di sportello, le reti civiche, le iniziative di comunicazione integrata e i sistemi telematici multimediali.
3. Con uno o più regolamenti, da comunicare alla Presidenza del Consiglio dei ministri e alla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, le pubbliche amministrazioni provvedono alla diffusione delle modalità e delle forme di comunicazione a carattere pubblicitario, in attuazione delle norme vigenti in materia.

Art. 3. (Messaggi di utilità sociale e di pubblico interesse)

1. La Presidenza del Consiglio dei ministri determina i messaggi di utilità sociale ovvero di pubblico interesse, che la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo può trasmettere a titolo gratuito. Alla trasmissione di messaggi di pubblico interesse previsti dal presente comma sono riservati tempi non eccedenti il due per cento di ogni ora di programmazione e l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione di ciascuna rete. Le emittenti private, radiofoniche e televisive, hanno facoltà, ove autorizzate, di utilizzare tali messaggi per passaggi gratuiti.
2. Nelle concessioni per la radiodiffusione sonora e televisiva è prevista la riserva di tempi non eccedenti l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione per le stesse finalità e con le modalità di cui al comma 1.
3. Fatto salvo quanto stabilito dalla presente legge e dalle disposizioni relative alla comunicazione istituzionale non pubblicitaria, le concessionarie radiotelevisive e le società autorizzate possono, per finalità di esclusivo interesse sociale, trasmettere messaggi di utilità sociale.
4. I messaggi di cui al comma 3 non rientrano nel computo degli indici di affollamento giornaliero nè nel computo degli indici di affollamento orario stabiliti dal presente articolo. Il tempo di trasmissione dei messaggi non può, comunque, occupare più di quattro minuti per ogni giorno di trasmissione per singola concessionaria. Tali messaggi possono essere trasmessi gratuitamente; qualora non lo fossero, il prezzo degli spazi di comunicazione contenenti messaggi di utilità sociale non può essere superiore al cinquanta per cento del prezzo di listino ufficiale indicato dalla concessionaria.

Art. 4. (Formazione professionale)

1. Le amministrazioni pubbliche individuano, nell'ambito delle proprie dotazioni organiche, il personale da adibire alle attività di informazione e di comunicazione e programmano la formazione, secondo modelli formativi individuati dal regolamento di cui all'articolo 5.
2. Le attività di formazione sono svolte dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione, secondo le disposizioni del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 287, dalle scuole specializzate di altre amministrazioni centrali, dalle università, con particolare riferimento ai corsi di

laurea in scienze della comunicazione e materie assimilate, dal Centro di formazione e studi (FORMEZ), nonché da strutture pubbliche e private con finalità formative che adottano i modelli di cui al comma 1.

Art. 5. (Regolamento)

1. Con regolamento da emanare, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, previa intesa con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, si provvede alla individuazione dei titoli per l'accesso del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione. Il medesimo regolamento prevede e disciplina altresì gli interventi formativi e di aggiornamento per il personale che già svolge attività di informazione e di comunicazione.

Art. 6. (Strutture)

1. In conformità alla disciplina dettata dal presente Capo e, ove compatibili, in conformità alle norme degli articoli 11 e 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, e relative disposizioni attuative, le attività di informazione si realizzano attraverso il portavoce e l'ufficio stampa e quelle di comunicazione attraverso l'ufficio per le relazioni con il pubblico, nonché attraverso analoghe strutture quali gli sportelli per il cittadino, gli sportelli unici della pubblica amministrazione, gli sportelli polifunzionali e gli sportelli per le imprese.
2. Ciascuna amministrazione definisce, nell'ambito del proprio ordinamento degli uffici e del personale e nei limiti delle risorse disponibili, le strutture e i servizi finalizzati alle attività di informazione e comunicazione e al loro coordinamento, confermando, in sede di prima applicazione della presente legge, le funzioni di comunicazione e di informazione al personale che già le svolge.

Art. 7. (Portavoce)

1. L'organo di vertice dell'amministrazione pubblica può essere coadiuvato da un portavoce, anche esterno all'amministrazione, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione. Il portavoce, incaricato dal medesimo organo, non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche.
2. Al portavoce è attribuita una indennità determinata dall'organo di vertice nei limiti delle risorse disponibili appositamente iscritte in bilancio da ciascuna amministrazione per le medesime finalità.

Art. 8. (Ufficio per le relazioni con il pubblico)

1. L'attività dell'ufficio per le relazioni con il pubblico è indirizzata ai cittadini singoli e associati.
2. Le pubbliche amministrazioni, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, provvedono, nell'esercizio della propria potestà regolamentare, alla ridefinizione dei compiti e alla riorganizzazione degli uffici per le relazioni con il pubblico secondo i seguenti

criteri:

- a) garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni;
 - b) agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;
 - c) promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;
 - d) attuare, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
 - e) garantire la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.
3. Negli uffici per le relazioni con il pubblico l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva.

Art. 9. (Uffici stampa)

1. Le amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, possono dotarsi, anche in forma associata, di un ufficio stampa, la cui attività è in via prioritaria indirizzata ai mezzi di informazione di massa.
2. Gli uffici stampa sono costituiti da personale iscritto all'albo nazionale dei giornalisti. Tale dotazione di personale è costituita da dipendenti delle amministrazioni pubbliche, anche in posizione di comando o fuori ruolo, o da personale estraneo alla pubblica amministrazione in possesso dei titoli individuati dal regolamento di cui all'articolo 5, utilizzato con le modalità di cui all'articolo 7, comma 6, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nei limiti delle risorse disponibili nei bilanci di ciascuna amministrazione per le medesime finalità.
3. L'ufficio stampa è diretto da un coordinatore, che assume la qualifica di capo ufficio stampa, il quale, sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione, cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione.
4. I coordinatori e i componenti dell'ufficio stampa non possono esercitare, per tutta la durata dei relativi incarichi, attività professionali nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. Eventuali deroghe possono essere previste dalla contrattazione collettiva di cui al comma 5.
5. Negli uffici stampa l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva nell'ambito di una speciale area di contrattazione, con l'intervento delle organizzazioni rappresentative della categoria dei giornalisti. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

Art. 10. (Disposizione finale)

1. Le disposizioni del presente Capo costituiscono principi fondamentali ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione e si applicano, altresì, alle regioni a statuto speciale e alle province autonome di Trento e di Bolzano nei limiti e nel rispetto degli statuti e delle relative norme di attuazione.

CAPO II. - DISPOSIZIONI PARTICOLARI PER LE AMMINISTRAZIONI DELLO STATO*Art. 11. (Programmi di comunicazione)*

1. In conformità a quanto previsto dal Capo I della presente legge e dall'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nonché dalle direttive impartite dal Presidente del Consiglio dei ministri, le amministrazioni statali elaborano annualmente il programma delle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo, comprensivo dei progetti di cui all'articolo 13, sulla base delle indicazioni metodologiche del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Il programma è trasmesso entro il mese di novembre di ogni anno allo stesso Dipartimento. Iniziative di comunicazione non previste dal programma possono essere promosse e realizzate soltanto per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dell'anno e sono tempestivamente comunicate al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.
2. Per l'attuazione dei programmi di comunicazione il Dipartimento per l'informazione e l'editoria provvede in particolare a:
 - a) svolgere funzioni di centro di orientamento e consulenza per le amministrazioni statali ai fini della messa a punto dei programmi e delle procedure. Il Dipartimento può anche fornire i supporti organizzativi alle amministrazioni che ne facciano richiesta;
 - b) sviluppare adeguate attività di conoscenza dei problemi della comunicazione pubblica presso le amministrazioni;
 - c) stipulare, con i concessionari di spazi pubblicitari, accordi quadro nei quali sono definiti i criteri di massima delle inserzioni radiofoniche, televisive o sulla stampa, nonché le relative tariffe.

Art. 12. (Piano di comunicazione)

1. Sulla base dei programmi presentati dalle amministrazioni statali, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria predispone annualmente il piano di comunicazione, integrativo del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, che è approvato dal Presidente del Consiglio dei ministri.
2. Una copia del piano approvato è trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono al Presidente del Consiglio dei ministri una relazione su quanto previsto dal presente comma.

Art. 13. (Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario)

1. Le amministrazioni dello Stato sono tenute ad inviare al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, ai fini della formulazione di un preventivo parere, i progetti di comunicazione a carattere pubblicitario che prevedono la diffusione dei messaggi sui mezzi di comunicazione di massa.
2. I progetti di cui al comma 1 devono, in particolare, contenere indicazioni circa l'obiettivo della comunicazione, la copertura finanziaria, il contenuto dei messaggi, i destinatari e i soggetti coinvolti nella realizzazione. Deve, inoltre, essere specificata la strategia di diffusione con previsione delle modalità e dei mezzi ritenuti più idonei al raggiungimento della massima efficacia della comunicazione.
3. Per le campagne di comunicazione a carattere pubblicitario, le amministrazioni dello Stato tengono conto, ove possibile, in relazione al tipo di messaggio e ai destinatari, anche delle testate italiane all'estero.

Art. 14. (Finanziamento dei progetti)

1. La realizzazione dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario delle amministrazioni dello Stato, integrativi del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, ritenuti di particolare utilità sociale o di interesse pubblico, è finanziata nei limiti delle risorse disponibili in bilancio per il centro di responsabilità n. 17 "Informazione ed editoria" dello stato di previsione della Presidenza del Consiglio dei ministri, intendendosi ridotta in misura corrispondente l'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Art. 15. (Procedure di gara)

1. Per la realizzazione delle iniziative di comunicazione istituzionale a carattere pubblicitario la scelta dei soggetti professionali esterni è effettuata, anche in deroga ai limiti previsti dall'articolo 6 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2440, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 157. A tali fini, con regolamento da emanare, su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, entro quarantacinque giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono stabiliti i criteri per la individuazione dei soggetti professionali da invitare alle procedure di selezione, nonché per la determinazione delle remunerazioni per i servizi prestati. A tali fini si tiene conto anche dei criteri stabiliti in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Art. 16. (Abrogazioni)

1. Sono abrogati l'articolo 5, commi 6, 7 e 8, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e l'articolo 9 della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni

La presente legge, munita del sigillo dello Stato, sarà inserita nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge dello Stato.

Data a Roma, addì 7 giugno 2000

CIAMPI - AMATO, presidente del consiglio - Visto, il guardasigilli: FASSINO

LAVORI PREPARATORI

CAMERA DEI DEPUTATI (ATTO N. 1420):

Presentato dall'on. Frattini, il 5 giugno 1996.

Assegnato alla I^a commissione (Affari costituzionali), in sede referente, l'8 ottobre 1996 con pareri delle commissioni V, VII, XI.

Esaminato dalla I^a commissione, in sede referente, il 10, 18 settembre, 2 dicembre 1997; 15 gennaio, 26 marzo, 28 aprile, 15 luglio 1998; 26 maggio, 1, 21 luglio e 14 settembre 1999.

Assegnato nuovamente alla I^a commissione, in sede legislativa, il 15 settembre 1999.

Esaminato dalla la commissione, in sede legislativa, il 16 settembre 1999 e approvato in un testo unificato con l'atto n. 4427 (Dr. Bisceglie ed altri) il 22 settembre 1999.

SENATO DELLA REPUBBLICA (ATTO N. 4217):

Assegnato alla I^a commissione (Affari costituzionali), in sede deliberante, il 24 settembre 1999 con pareri delle commissioni 2^a, 5^a, 7^a, 8^a, 11^a e commissione parlamentare per le questioni regionali.

Assegnato nuovamente alla I^a commissione, in sede referente, il 24 novembre 1999.

Esaminato dalla I^a commissione, in sede referente, il 24 novembre 1999; 19 gennaio, 21, 23 marzo e 9 maggio 2000.

Assegnato nuovamente alla I^a commissione, in sede deliberante, il 10 maggio 2000.

Esaminato dalla la commissione e approvato il 10 maggio 2000.

NOTE

AVVERTENZA:

Il testo delle note qui pubblicato è stato redatto dall'amministrazione competente per materia, ai sensi dell'art. 10, comma 3, del testo unico delle disposizioni sulla promulgazione delle leggi, sull'emanazione dei decreti del Presidente della Repubblica e sulle pubblicazioni ufficiali della Repubblica italiana, approvato con D.P.R. 28 dicembre 1985, n. 1092, al solo fine di facilitare la lettura delle disposizioni di legge alle quali è operato il rinvio. Restano invariati il valore e l'efficacia degli atti legislativi qui trascritti.

Nota all'art. 1:

- Il testo dell'art. 1 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29 (Razionalizzazione dell'organizzazione delle amministrazioni pubbliche e revisione della disciplina in materia di pubblico impiego, a norma dell'art. 2 della legge 23 ottobre 1992, n. 421), così come modificato dall'art. 1 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 80, è il seguente:

"Art. 1 (Finalità ed ambito di applicazione).

1. Le disposizioni del presente decreto disciplinano l'organizzazione degli uffici e i rapporti di lavoro e di impiego alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche, tenuto conto delle autonomie locali e di quelle delle regioni e delle province autonome, nel rispetto dell'art. 97, comma 1° della Costituzione, al fine di:
 - a) accrescere l'efficienza delle amministrazioni in relazione a quella dei corrispondenti uffici e servizi dei Paesi della Comunità Europea, anche mediante il coordinato sviluppo di sistemi informativi pubblici;
 - b) razionalizzare il costo del lavoro pubblico, contenendo la spesa complessiva per il personale, diretta e indiretta, entro i vincoli di finanza pubblica;
 - c) realizzare la migliore utilizzazione delle risorse umane nelle pubbliche amministrazioni, curando la formazione e lo sviluppo professionale dei dipendenti, garantendo pari opportunità alle lavoratrici e ai lavoratori e applicando condizioni uniformi rispetto a quelle del lavoro privato.
2. Per amministrazioni pubbliche si intendono tutte le amministrazioni dello Stato, ivi compresi gli istituti e scuole di ogni ordine e grado e le istituzioni educative, le aziende ed amministrazioni dello Stato ad orientamento autonomo, le regioni, le province, i comuni, le comunità montane e loro consorzi ed associazioni, le istituzioni universitarie, gli istituti autonomi case popolari, le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e loro associazioni, tutti gli enti pubblici non economici nazionali, regionali e locali, le amministrazioni, le aziende e gli enti del Servizio sanitario nazionale.
3. Le disposizioni del presente decreto costituiscono principi fondamentali ai sensi dell'art. 117 della Costituzione. Le regioni a statuto ordinario si attengono ad esse tenendo conto delle peculiarità dei rispettivi ordinamenti. I principi desumibili dall'art. 2 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, e dell'art. 11, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59 costituiscono altresì, per regioni a statuto speciale e per le province autonome di Trento e di Bolzano, norme fondamentali di riforma economico-sociale della Repubblica."

Note all'art. 2:

- il testo dell'art. 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune

delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali), è il seguente:

"Art. 8 (Conferenza Stato-città ed autonomie locali e Conferenza unificata).

1. La conferenza Stato città ed autonomie locali è unificata per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province, dei comuni e delle comunità montane, con la conferenza Stato-regioni.
2. La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è presieduta dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, per sua delega, dal Ministro dell'interno o dal Ministro per gli affari regionali; ne fanno parte altresì il Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica, il Ministro delle finanze, il Ministro dei lavori pubblici, il Ministro della sanità, il presidente dell'Associazione nazionale dei comuni d'Italia – ANCI, il presidente dell'Unione province d'Italia – UPI ed il presidente dell'Unione nazionale comuni, comunità ed enti montani – UNCEM. Ne fanno parte inoltre quattordici sindaci designati dall'ANCI e sei presidenti di provincia designati dall'UPI. Dei quattordici sindaci designati dall'ANCI cinque rappresentano le città individuate dall'art. 17 della legge 8 giugno 1990, n. 142. Alle riunioni possono essere invitati altri membri del Governo, nonché rappresentanti di amministrazioni statali, locali o di enti pubblici.
3. La Conferenza Stato-città ed autonomie locali è convocata almeno ogni tre mesi, e comunque in tutti i casi il presidente ne ravvisa la necessità o qualora ne faccia richiesta il presidente dell'ANCI, dell'UPI o dell'UNCEM.
4. La Conferenza unificata di cui al comma 1 è convocata dal presidente del Consiglio dei Ministri. Le sedute sono presiedute dal Presidente del Consiglio dei Ministri o, su sua delega, dal Ministro per gli affari regionali o, se tale incarico non è conferito, dal Ministro dell'interno."

Nota all'art. 4:

- Il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 287, reca: "Riordino della Scuola superiore della pubblica amministrazione e riqualificazione del personale delle amministrazioni pubbliche, a norma dell'art. 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59".

Note all'art. 5:

- Il testo del comma 1 dell'art. 17 della legge 23 agosto 1998, n. 400 (Disciplina dell'attività di Governo e ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri), così come da ultimo modificato dall'art. 11 della legge 5 febbraio 1999, n. 25 è il seguente:

"1. Con decreto del Presidente della Repubblica, previa deliberazione del Consiglio dei Ministri, sentito il parere del Consiglio di Stato che deve pronunciarsi entro novanta giorni dalla richiesta, possono essere emanati regolamenti per disciplinare:

- a) L'esecuzione delle leggi e dei decreti legislativi, nonché dei regolamenti comunitari;
- b) L'attuazione e l'integrazione delle leggi e dei decreti legislativi recanti norme di principio, esclusi quelli relativi a materie riservate alla competenza regionale;
- c) Le materie in cui manchi la disciplina da parte di leggi o di atti aventi forza di legge, sempre che non si tratti di materie comunque riservate alla legge;
- d) L'organizzazione ed il funzionamento delle amministrazioni pubbliche secondo le disposizioni dettate dalla legge;
- e) L'organizzazione del lavoro e i rapporti di lavoro dei pubblici dipendenti in base agli accordi sindacali."

- Per l'art. 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, vedi nota all'art. 2.

Nota all'art. 6:

- Il testo dell'art. 11, così come modificato dall'art. 43 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 80, e dell'art. 12, così come da ultimo modificato dall'art. 3 del decreto-legge 12 maggio 1995, n. 163, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 luglio 1995, n. 273, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, è il seguente:

"Art. 11 (Trasparenza delle amministrazioni pubbliche).

1. L'organismo di cui all'art. 2, comma 1, lettera mm), della legge 23 ottobre 1992, n. 421, ai fini della trasparenza e della rapidità del procedimento, definisce, ai sensi dell'art. 2, comma 1, lettera c), i modelli e sistemi informativi utili alla interconnessione tra le amministrazioni pubbliche.
2. La Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della funzione pubblica, ed i comitati metropolitani di cui all'art. 18 decreto-legge 24 novembre 1990, n. 344, convertito con modificazioni, dalla legge 23 gennaio 1991, n. 21, promuovono, utilizzando il personale degli uffici di cui all'art. 12, la costituzione di servizi di accesso polifunzionale alle amministrazioni pubbliche nell'ambito dei progetti finalizzati di cui all'art. 26 della legge 11 marzo 1988, n. 67".

"Art. 12 (Ufficio relazioni con il pubblico).

1. Le amministrazioni pubbliche, al fine di garantire la piena attuazione della legge 7 agosto 1990, n. 241 individuano, nell'ambito della propria struttura e nel contesto della ridefinizione degli uffici di cui all'art. 31, uffici per le relazioni con il pubblico.
2. Gli uffici per le relazioni con il pubblico provvedono, anche mediante l'utilizzo di tecnologie informatiche:
 - a) al servizio all'utenza per i diritti di partecipazione di cui al capo III della legge 7 agosto 1990, n. 241;
 - b) all'informazione all'utenza relativa agli atti e allo stato dei procedimenti;
 - c) alla ricerca ed analisi finalizzate alla formulazione di proposte alla propria amministrazione

sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza.

3. Agli uffici per le relazioni con il pubblico viene assegnato, nell'ambito delle attuali dotazioni organiche delle singole amministrazioni, personale con idonea qualificazione e con elevata capacità di avere contatti con il pubblico, eventualmente assicurato da apposita formazione.
 4. Al fine di assicurare la conoscenza di normative, servizi e strutture, le amministrazioni pubbliche programmano e attuano iniziative di comunicazione di pubblica utilità; in particolare, le amministrazioni dello Stato, per l'attuazione delle iniziative individuate nell'ambito delle proprie competenze, si avvalgono del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri quale struttura centrale di servizio, secondo un piano annuale di coordinamento del fabbisogno di prodotti e servizi, da sottoporre all'approvazione del Presidente del Consiglio dei Ministri.
 5. Per le comunicazioni previste dalla legge 7 agosto 1990, n. 241, non si applicano le norme vigenti che dispongono la tassa a carico del destinatario.
- 5-bis. Il responsabile dell'ufficio per le relazioni con il pubblico e il personale da lui indicato possono promuovere iniziative volte, anche con il supporto delle procedure informatiche, al miglioramento dei servizi per il pubblico, alla semplificazione e all'accelerazione delle procedure e all'incremento delle modalità di accesso informale alle informazioni in possesso dell'amministrazione e ai documenti amministrativi.
- 5-ter. L'organo di vertice della gestione dell'amministrazione o dell'ente verifica l'efficacia dell'applicazione delle iniziative di cui al comma 5-bis, ai fini dell'inserimento della verifica positiva nel fascicolo personale del dipendente. Tale riconoscimento costituisce titolo autonomamente valutabile in concorsi pubblici e nella progressione in carriera del dipendente. Gli organi di vertice trasmettono le iniziative riconosciute ai sensi del presente comma al Dipartimento della funzione pubblica, ai fini di una adeguata pubblicizzazione delle stesse. Il Dipartimento annualmente individua le forme di pubblicazione.
- 5-quater. Le disposizioni di cui ai commi 5-bis e 5-ter, a decorrere dal 1° luglio 1997, sono estese a tutto il personale dipendente dalle amministrazioni pubbliche”.

Nota all'art. 8:

- La legge 7 agosto 1990, n. 241, reca: “Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi”.

Note all'art. 9:

- Per il testo dell'art. 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, si veda la precedente nota all'art. 1.
- Il testo del comma 6 dell'art. 7 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, così come da ultimo modificato dall'art. 3 del decreto legislativo 29 ottobre 1998, n. 387, è il seguente:

“6. Per esigenze cui non possono far fronte con personale in servizio, le amministrazioni pubbliche possono conferire incarichi individuali ad esperti di provata competenza, determinando preventivamente durata, luogo, oggetto e compenso della collaborazione”.

Nota all'art. 10:

- Il testo dell'art. 117 della Costituzione della Repubblica italiana è il seguente:

“Art. 117. – La Regione emana per le seguenti materie norme legislative nei limiti dei principi fondamentali stabiliti dalle leggi dello Stato, sempreché le norme stesse non siano in contrasto con l'interesse nazionale e con quello di altre Regioni:

ordinamento degli uffici e degli enti amministrativi dipendenti dalla Regione:

circoscrizioni comunali;

polizia locale urbana e rurale;

fiere e mercati;

beneficenza pubblica ed assistenza sanitaria e ospedaliera;

istituzione artigiana e professionale e assistenza scolastica;

musei e biblioteche di enti locali;

urbanistica;

turismo ed industria alberghiera;

tramvie e linee automobilistiche di interesse regionale;

viabilità, acquedotti e lavori pubblici di interesse regionale;

navigazione e porti lacuali;

acque minerali e termali;

cave e torbiere;

caccia;

pesca nelle acque interne;

agricoltura e foreste;

artigianato.

Altre materie indicate da leggi costituzionali.

- Le leggi della Repubblica possono demandare alla Regione il potere di emanare norme per la loro attuazione.

Nota all'art. 11:

- Per il testo dell'art. 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, si veda la precedente nota all'art. 6.

Nota all'art. 12:

- Per il testo dell'art. 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, si veda la precedente nota all'art. 6.

Note all'art. 14:

- Per il testo dell'art. 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, si veda la precedente nota all'art. 6.
- Il testo dell'art. 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67 (Rinnovo della legge 5 agosto 1981, n. 416, recante disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria), così come modificato dall'art. 91 del decreto legislativo 30 dicembre 1999, n. 507, è il seguente:

"Art. 5 (Pubblicità di amministrazioni pubbliche).

1. Le amministrazioni statali e gli enti pubblici non territoriali, con esclusione degli enti pubblici economici, sono tenuti a destinare alla pubblicità su quotidiani e periodici una quota non inferiore al cinquanta per cento delle spese per la pubblicità iscritte nell'apposito capitolo di bilancio.
2. I soggetti di cui al comma 1 sono tenuti ad istruire nel proprio bilancio uno specifico capitolo al quale imputare tutte le spese comunque afferenti alla pubblicità.
3. È fatto divieto alle amministrazioni statali e agli enti pubblici di cui al comma 1 di destinare a pubblicità con qualsiasi mezzo effettuata finanziamenti o contributi, sotto qualsiasi forma, al di fuori di quelli previsti nel presente articolo.
4. Le amministrazioni statali, le regioni e gli enti locali, e le loro aziende, nonché le unità sanitarie locali che gestiscono servizi per più di 40 mila abitanti, nonché gli enti pubblici, economici e non economici, sono tenuti a dare comunicazione, anche se negativa, al Garante delle spese pubblicitarie effettuate nel corso di ogni esercizio finanziario, depositando un riepilogo analitico.
5. Sono esentati dalla comunicazione negativa i comuni con meno di 40 mila abitanti.
6. Presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Direzione generale delle informazioni, dell'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica, istituita una commissione, nominata con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, nella quale sono inclusi i rappresentanti delle categorie operanti nel settore della stampa, dell'editoria e della pubblicità, che formula pareri alla Presidenza del Consiglio e alle singole amministrazioni statali, ai fini del coordinamento e della promozione della pubblicità su quotidiani e periodici da parte delle amministrazioni stesse con particolare riferimento all'illustrazione delle leggi e della loro applicazione e alla promozione di una più diffusa conoscenza delle relative problematiche nonché sui servizi, le strutture e il loro uso. La ripartizione di tale pubblicità deve avvenire senza discriminazione e deve tenere conto delle testate che per loro natura raggiungono i soggetti specificamente interessati.
7. A tal fine le amministrazioni statali interessate dovranno presentare entro sessanta giorni dalla approvazione del bilancio dello Stato progetti di massima con la illustrazione della pubblicità da svolgere, degli organi di stampa prescelti e della copertura finanziaria in riferimento all'ap-

posito capitolo di bilancio, nonché dei soggetti, coinvolti direttamente o indirettamente nella realizzazione dei progetti stessi, prescelti a trattativa privata, anche in deroga ai limiti previsti dall'art. 6 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2440, e successive modificazioni, previa in ogni caso gara esplorativa, ai sensi dell'art. 92 regio decreto 23 maggio 1924, n. 827.

8. La commissione istituita ai sensi del precedente comma esprime sulla assegnazione a progetti motivatamente prescelti di un contributo sulle spese necessarie alla loro realizzazione a valere di un fondo istituito presso la Direzione generale delle informazioni, l'editoria e della proprietà letteraria, artistica e scientifica della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Le dotazioni finanziarie del fondo sono costituite da un contributo dello Stato di un miliardo per l'esercizio finanziario 1987 e dal venti per cento delle somme complessivamente stanziare da tutte le amministrazioni statali nel capitolo di bilancio, di cui al precedente comma 1, negli anni successivi.
9. I pubblici ufficiali e gli amministratori degli enti pubblici se non osservano le disposizioni contenute nel presente articolo sono puniti con la sanzione amministrativa pecuniaria da lire ottocentomila a quattromilionioottocentomila".

Note all'art. 15:

- Il testo dell'art. 6 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2 – (Nuove disposizioni sull'amministrazione del patrimonio e sulla contabilità generale dello Stato), è il seguente:

"Art. 6. – Qualora, per speciali ed eccezionali circostanze, che dovranno risultare nel decreto di approvazione del contratto, non possano essere utilmente seguite le forme indicate negli articoli 3 e ..., il contratto potrà essere concluso a trattativa privata.

Se l'importo previsto superi le lire 150.000.000 il progetto di contratto o, nel caso di cui al precedente art. 5, comma ultimo, lo schema di contratto firmato dalla ditta contraente sarà, ai sensi dell'articolo medesimo, comunicato al Consiglio di Stato per il parere".

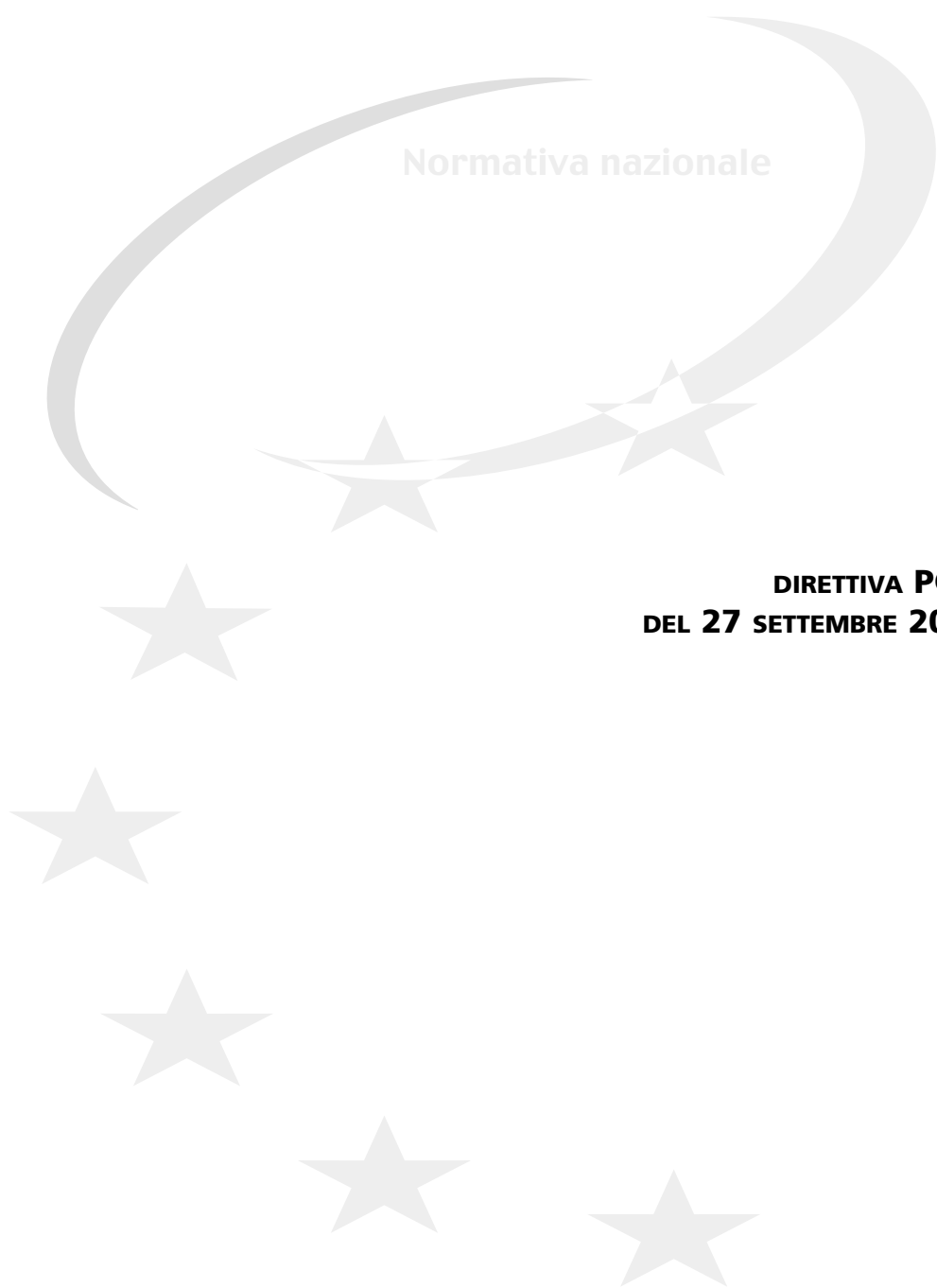
- Il decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 157, reca: "Attuazione della direttiva 92/50/CEE in materia di appalti pubblici di servizi".
- Per il testo dell'art. 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, si veda la precedente nota all'art. 5".

Note all'art. 16:

- Per il titolo della legge 25 febbraio 1987, n. 67, si veda la precedente nota all'art. 14.
- La legge 6 agosto 1990, n. 223, reca: "Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato".

Normativa nazionale

**DIRETTIVA PCM
DEL 27 SETTEMBRE 2000**



DIRETTIVA DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
27 Settembre 2000

**DIRETTIVA SUL PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE DEI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
DELLE AMMINISTRAZIONI DELLO STATO.**

IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI

- Vista la legge 23 agosto 1988, n. 400;
- Visto l'art. 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, che stabilisce che le amministrazioni pubbliche programmano ed attuano iniziative di pubblica utilità e che, in particolare, le amministrazioni dello Stato, si avvalgono del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, quale struttura centrale di servizio, secondo un piano annuale di coordinamento da sottoporre all'approvazione del Presidente del Consiglio dei Ministri;
- Visto l'art. 5, comma 1, della legge 25 febbraio 1987, n. 67;
- Vista la legge 7 giugno 2000, n. 150, recante la disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni ed in particolare gli articoli 11, 12, 13, 14, 15 e 16;
- Visto l'ordine del giorno approvato dalla I commissione del Senato il 10 maggio 2000;
- Considerata la rilevanza che riveste l'attività di informazione e comunicazione dell'attività delle amministrazioni dello Stato;
- Ritenuta la necessità di definire principi e linee generali di riferimento alle quali si attengono le amministrazioni dello Stato al fine di garantire una efficace attività di informazione e comunicazione nonché una coordinata attuazione della normativa in materia;
- Visto il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 4 maggio 2000 con il quale sono state delegate al sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri dott. Vannino Chiti le funzioni in materia di informazione e editoria;

Emana la seguente direttiva:

I. OGGETTO E FINALITÀ.

- 1.1. La presente direttiva, al fine di garantire una efficace attività di informazione e comunicazione delle amministrazioni dello Stato, nonché una coordinata attuazione delle disposizioni di cui alla legge 7 giugno 2000, n. 150, in modo da assicurare il perseguimento degli obiettivi di trasparenza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, definisce i principi e le modalità cui si attengono le amministrazioni dello Stato, in attuazione dell'art. 11 della citata legge 7 giugno 2000, n. 150, nell'elaborazione del programma annuale relativo alle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo.
- 1.2. Ai principi ed alle modalità della presente direttiva, con gli opportuni adeguamenti in funzione delle risorse disponibili e delle particolari esigenze riferibili a ciascuna amministrazione, si uniformano gli enti strumentali dei Ministeri e le amministrazioni autonome dello Stato.

II. PROGRAMMA ANNUALE DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE.

- 2.1. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio, ai sensi del citato art. 11 della legge 7 giugno 2000, n. 150, elabora le indicazioni metodologiche, al fine del perseguimento della massima efficacia del messaggio di comunicazione, delle quali tengono conto le amministrazioni dello Stato per la predisposizione del programma annuale delle iniziative di comunicazione. Tali indicazioni sono comunicate entro il 30 aprile di ogni anno alle amministrazioni medesime.
- 2.2. Le amministrazioni dello Stato nell'ambito dei propri specifici obiettivi individuano le iniziative di comunicazione in coerenza con il programma di Governo e con le decisioni adottate dal Consiglio dei Ministri.
- 2.3. Nel predetto programma annuale sono indicate altresì l'ammontare delle risorse finanziarie disponibili per far fronte alle iniziative di comunicazione e, tra queste, quelle ritenute prioritarie;
- 2.4. Il programma è trasmesso al Dipartimento per l'informazione e l'editoria entro il mese di novembre di ciascun anno.
- 2.5. Iniziative di comunicazione non previste dal programma per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dello stesso anno, devono essere comunque comunicate al Dipartimento prima della loro realizzazione.
- 2.6. Ai fini della realizzazione delle iniziative di comunicazione istituzionale il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri:
 - a) svolge funzioni di centro di orientamento e consulenza per le amministrazioni statali per la messa a punto dei programmi e delle procedure, fornendo altresì i supporti organizzativi a quelle che ne facciano richiesta;
 - b) sviluppa, anche attraverso apposite iniziative divulgative realizzate con proprie risorse, adeguate attività di conoscenza dei problemi della comunicazione pubblica presso le amministrazioni statali;
 - c) stipula, nell'ambito delle proprie prerogative istituzionali e con le risorse di cui dispone, con i concessionari di spazi pubblicitari, accordi-quadro nei quali sono definiti i criteri di massima delle inserzioni radiofoniche, televisive o sulla stampa nonché le relative tariffe, sentita l'Autorità per la concorrenza ed il mercato.

III. PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATIVO.

- 3.1. Ai sensi dell'art. 12 della legge n. 150 del 2000 il dipartimento per l'informazione e l'editoria predisponde annualmente il piano di comunicazione integrativo dei programmi presentati dalle amministrazioni dello Stato, con le iniziative ritenute necessarie per una più completa rappresentazione dell'attività di Governo, attenendosi alle indicazioni formulate dal Presidente del Consiglio o dal sottosegretario all'uopo delegato, anche ai fini della armonizzazione dei programmi stessi.

- 3.2. Nel predisporre tale piano il dipartimento tiene conto:
 - a) delle priorità segnalate dalle pubbliche amministrazioni nel programma di cui al punto 2.3;
 - b) della conformità delle iniziative alle indicazioni metodologiche di cui al punto 2.2;
 - c) della fattibilità delle iniziative medesime, verificandone la compatibilità con le risorse disponibili;
 - d) dell'attinenza a tematiche di rilevante interesse sociale o di alto profilo civile, nonché alla funzione di servizio per i cittadini.
- 3.3. Il piano è corredato di tutte le indicazioni utili ai fini della realizzazione delle iniziative di comunicazione così come individuate dallo stesso dipartimento sulla base dei criteri della tempestività e della qualità della comunicazione.
- 3.4. Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria sottopone il piano all'approvazione del Presidente del Consiglio dei Ministri.
- 3.5. Una copia del piano approvato è trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza, anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria.
- 3.6. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono una relazione concernente l'attività svolta in attuazione del piano di comunicazione, al Presidente del Consiglio ai fini della successiva valutazione.

IV. PROGETTI DI COMUNICAZIONE A CARATTERE PUBBLICITARIO.

- 4.1. Le amministrazioni dello Stato, nel predisporre i progetti di comunicazione a carattere pubblicitario che prevedono la diffusione dei messaggi sui mezzi di comunicazione di massa, sono tenute a rispettare il principio della non discriminazione al fine di garantire la pluralità delle fonti di informazione, anche con riferimento, ove possibile, alle testate italiane all'estero.
- 4.2. Nella predisposizione dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario le amministrazioni sono tenute a rispettare, nell'ambito dei propri stanziamenti di bilancio, il seguente modello di riparto tra i mezzi di comunicazione di massa:
 - a) cinquanta per cento alla stampa nazionale e/o locale ed alle radio a questa equiparate ai sensi dell'art. 10 della legge n. 250 del 1990 e comunque a diffusione nazionale con effettivo utilizzo dei mezzi indicati;
 - b) quindici per cento ad emittenti radio e a emittenti televisive locali con effettivo utilizzo di entrambi i mezzi;
 - c) trentacinque per cento libero.
- 4.3. I progetti devono, in particolare, contenere indicazioni circa l'obiettivo della comunicazione, la copertura finanziaria, il contenuto dei messaggi, i destinatari e i soggetti coinvolti nella realizzazione. I progetti specificano, altresì, la strategia di diffusione con previsione delle modalità e dei mezzi ritenuti più idonei al raggiungimento della massima efficacia della comunicazione.

- 4.4. I progetti, ai sensi dell'art. 13 della legge 7 giugno 2000, n. 150, sono inviati, ai fini della formulazione di un preventivo parere, al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, che si esprime entro trenta giorni dalla data di ricezione, verificando, oltre ai requisiti tecnici del progetto, anche il rispetto dei predetti criteri.

V. FINANZIAMENTO DEI PROGETTI E SCELTA DEI CONTRAENTI.

- 5.1. La realizzazione dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario delle amministrazioni dello Stato, integrativi del piano di cui all'art. 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modifiche ed integrazioni, ritenuti di particolare utilità sociale o di interesse pubblico, è finanziata, nei limiti delle risorse disponibili in bilancio per il centro di responsabilità n. 9 "Informazione ed editoria" dello stato di previsione della Presidenza del Consiglio dei Ministri, intendendosi ridotta in misura corrispondente l'autorizzazione di spesa di cui all'art. 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

VI. DISPOSIZIONI DI COORDINAMENTO.

- 6.1. Si intendono espressamente confermate, per la parte non incompatibile con la nuova disciplina, le indicazioni contenute, a tal proposito, nei punti IX e X della direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 concernente "Direttiva sui principi per l'istituzione ed il funzionamento degli uffici per le relazioni con il pubblico" pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 261 dell'8 novembre 1994.

Roma, 27 settembre 2000

p. *Il Presidente*: Chiti

Registrato alla Corte dei conti il 23 ottobre 2000

Registro n. 3 Presidenza del Consiglio dei Ministri, foglio n. 335

L'emblema europeo

MANUALE GRAFICO

FONTE:

CONSIGLIO D'EUROPA

COMMISSIONE EUROPEA



CONSIGLIO D'EUROPA - COMMISSIONE EUROPEA

LA BANDIERA EUROPEA

Sin dalla sua formazione, nel 1949, il Consiglio d'Europa è stato consapevole della necessità di dare all'Europa un simbolo con cui i cittadini europei potessero identificarsi. Il 25 ottobre 1955 l'Assemblea parlamentare scelse all'unanimità un emblema azzurro portante un cerchio di dodici stelle dorate. L'8 dicembre 1955, il comitato dei ministri adottò questo emblema come bandiera europea.

L'Assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa ha espresso ripetutamente il desiderio che il simbolo europeo venisse adottato da altre organizzazioni europee al fine di non compromettere, con simboli diversi, la complementarietà, la solidarietà ed il sentimento d'unione dell'Europa democratica.

L'iniziativa di adottare una bandiera per la Comunità europea è venuta dal Parlamento europeo. A tal fine, una proposta di risoluzione è stata presentata già nel 1979, poco dopo le prime elezioni del Parlamento a suffragio universale diretto. In questa risoluzione adottata nell'aprile 1983, il Parlamento ha decretato che la bandiera della Comunità dovesse essere quella ideata dal Consiglio d'Europa nel 1955. Il Consiglio europeo ha sottolineato, nel giugno 1984, in occasione delle riunioni di Fontainebleau, la necessità di promuovere l'identità e l'immagine dell'Europa presso i cittadini europei e nel mondo intero. In seguito, il Consiglio europeo ha approvato in occasione della riunione a Milano, nel giugno 1985, la relazione del comitato ad hoc "Europa dei cittadini" (comitato Adonnino) circa l'adozione della bandiera da parte della Comunità. Avendo il Consiglio d'Europa segnato il suo accordo per l'utilizzo da parte della Comunità della bandiera europea da esso ideata nel 1955, le istituzioni comunitarie l'hanno introdotta all'inizio del 1986.

Così, bandiera e emblema europei rappresentano sia il Consiglio d'Europa che la Comunità europea (Unione europea dopo l'entrata in vigore del trattato di Maastricht). L'emblema è oggi il simbolo per eccellenza dell'Europa unita e dell'identità europea.

Il Consiglio d'Europa e le istituzioni dell'Unione europea si sono dichiarati soddisfatti del crescente interesse dimostrato dai cittadini nei confronti della bandiera. La Commissione europea e il Consiglio d'Europa si impegnano ad assicurare un uso degno di questo simbolo e a intervenire con le opportune misure per impedire eventuali utilizzazioni abusive dell'emblema europeo.

Strasburgo/Bruxelles, 1996

INTRODUZIONE

Lo scopo di questo manuale grafico è di aiutare gli utilizzatori a riprodurre correttamente l'emblema europeo. Esso contiene le regole base per la composizione dell'emblema insieme all'indicazione dei colori standard.

DESCRIZIONE SIMBOLICA

Sullo sfondo blu del cielo, le stelle, che simboleggiano i popoli d'Europa, formano un cerchio in segno di unione. Le stelle sono in numero invariabile di dodici, simbolo della perfezione e della plenitudine.

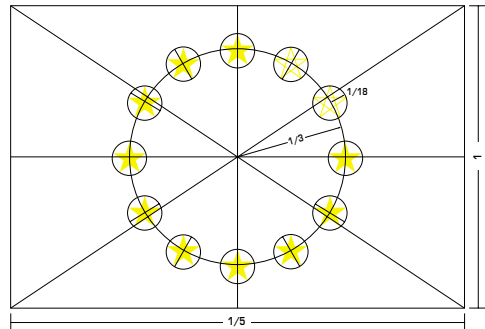
DESCRIZIONE ARALDICA

Sullo sfondo azzurro, un cerchio composto da dodici stelle dorate a cinque punte, che non si toccano.

**DESCRIZIONE GEOMETRICA**

L'emblema è costituito da un rettangolo blu la cui base (il battente della bandiera) ha una lunghezza pari a una volta e mezza quella dell'altezza (il ghindante della bandiera). Le dodici stelle d'oro sono allineate ad intervalli regolari lungo un cerchio ideale il cui centro è situato nel punto di incontro delle diagonali del rettangolo. Il raggio di questo cerchio è pari a $1/3$ dell'altezza del ghindante. Ogni stella ha cinque punte ed è a sua volta costruita su di un cerchio ideale, il cui raggio è pari a $1/18$ dell'altezza del ghindante. Tutte le stelle sono disposte verticalmente, cioè con una punta rivolta verso l'alto e due punte appoggiate su altrettante linee ideali e perpendicolari all'asta.

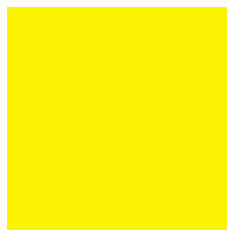
Le stelle sono disposte come le ore sul quadrante di un orologio. Il numero è invariabile.





COLORI

I colori dell'emblema sono:
 per l'area del rettangolo il PANTONE REFLEX BLUE.
 Per le stelle il PANTONE YELLOW.
 La gamma internazionale PANTONE è largamente diffusa e di facile consultazione, anche per i non addetti al settore grafico.



**PANTONE
YELLOW**



**PANTONE
REFLEX BLUE**

RIPRODUZIONE IN QUADRICROMIA

Quando si utilizza il procedimento di stampa in quadricromia non è sempre possibile prevedere, oltre ai quattro colori base, i due standard, giallo e blu, per la riproduzione della bandiera. Sarà necessario, quindi, ottenere questi due colori utilizzando quelli della quadricromia. Il giallo si ottiene con il 100% di "Process yellow". Mescolando il 100% di "Process Cyan" e l'80% di "Process Magenta" si ottiene un blu molto simile al Reflex Blue Pantone. I due colori riprodotti qui accanto sono stati ottenuti utilizzando i colori "Process" di quadricromia nelle proporzioni indicate.



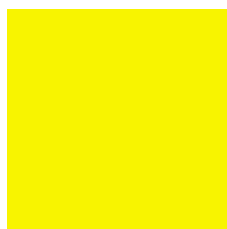
**100%
PROCESS CYAN**

+



**80%
PROCESS MAGENTA**

=



**100%
PROCESS YELLOW
GIALLO**



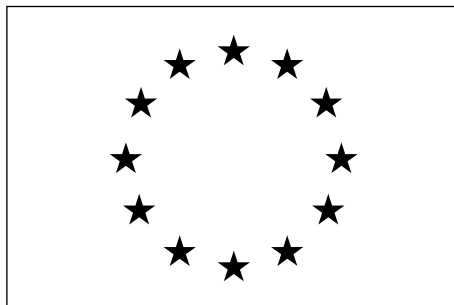
BLU



RIPRODUZIONE MONOCROMA

Avendo a disposizione soltanto il nero, delimitare con un filetto di tale colore l'area del rettangolo e inserire le stelle nere in campo bianco.

Nel caso in cui si possa utilizzare come unico colore il blu (ovviamente il "Reflex Blue"), usarlo al 100% per lo sfondo e ricavare le stelle in negativo (bianche).

**RIPRODUZIONE SU SFONDI COLORATI**

L'emblema va riprodotto di preferenza su sfondo bianco.

Evitare gli sfondi di vario colore e comunque di tonalità stridente con il blu.

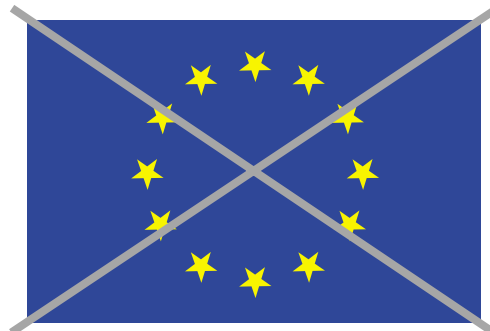
Nel caso in cui fosse impossibile evitare un fondo colorato, incorniciare il rettangolo con un bordo bianco, con uno spessore pari a 1/25 dell'altezza del rettangolo.



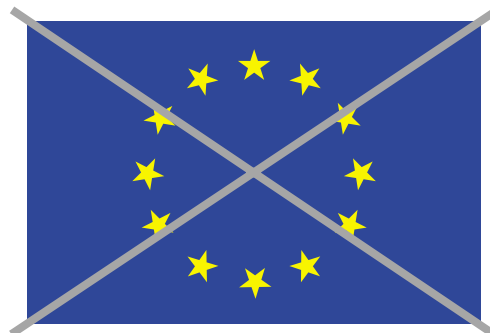


ESEMPI ERRATI DI RIPRODUZIONE

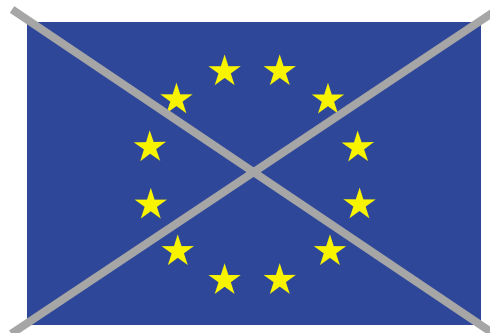
1. L'emblema è riprodotto sottosopra



2. Errata disposizione delle stelle



3. Errata disposizione delle stelle nel cerchio: le stelle devono essere disposte come lo sono le ore nel quadrante dell'orologio.



USO DA PARTE DI TERZI

L'emblema europeo può essere usato da terzi a condizione che tale uso:

- non crei confusione tra l'utilizzatore e l'Unione europea o il Consiglio d'Europa
- non sia legato ad obiettivi o attività incompatibili con i principi e gli scopi dell'Unione europea o del Consiglio d'Europa

L'autorizzazione ad usare l'emblema europeo non conferisce alcun diritto d'esclusiva. Non permette l'appropriazione di questo emblema o di un logotipo simile, sia a mezzo di deposito registrato sia in qualsiasi altro modo.

I servizi della Commissione europea e del Consiglio d'Europa sono disponibili ad esaminare le proposte d'uso dell'emblema. Le richieste provenienti da Stati non appartenenti all'Unione europea dovrebbero essere inviate al Consiglio d'Europa.

Contattare: *Commissione europea*

Commissione europea
Segretariato generale
Direzione "Coordinamento I"
Rue de la Loi 200/Wetstraat 200
B-1049 Bruxelles/Brussel
Tel. (32-2) 296 26 26
Fax (32-2) 295 88 69 oppure 295 59 60
E-mail: X400:C=BE;A=RTT;P+CEC;O=SG;S=EMBL
Internet: emb1@sg.cec.be

Consiglio d'Europa
Conseil de l'Europe
Directions des affaires juridiques

Council of Europe
Directorate of Legal Affaires

F-67075 Strasbourg Cedex
Tel. (33) 388 41 20 00
Fax (33) 388 47 27 81



ORIGINALI PER RIPRODUZIONE

