

Riunione Consiglio di Amministrazione del 11.06.2019

Deliberazione n° 43

Membri intervenuti:

Luca	Argiolas	Presidente
Sandro	Atzori	Consigliere
Francesco	Chia	Consigliere

Presenti	Assenti
X	
X	
	X

Collegio dei Revisori:

Antonio	Serrelì	Presidente
Francesca	Nocera	Componente
Alessandro	Pirino	Componente

X	
	X
X	

Segretario: Giuseppe Laruffa

OGGETTO

APPROVAZIONE ATTO DI INDIRIZZO PER ATTIVITA' PROMOZIONALE RELAZIONE

Premesso che il Consorzio ha tra i suoi compiti di istituto la facoltà di promuovere le condizioni necessarie per la creazione e lo sviluppo di attività produttive nei settori dell'industria e dei servizi generali, commerciali e tecnologici;

Considerato che nell'ambito di tale azione istituzionale rientra l'attività di divulgazione dei propri programmi e servizi offerti agli insediati;

Ritenuto pertanto opportuno promuovere l'installazione di un impianto promo-pubblicitario, potenzialmente utilizzabile anche dagli operatori economici locali e non, opportunamente convenzionati in base a specifica regolamentazione;

Tutto ciò esposto il Presidente chiede ai consiglieri di volersi esprimere in merito.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- ◆ **Uditi** il Presidente e i Consiglieri;
- ◆ **Visti** gli atti citati in relazione;
- ◆ **Considerato** che non si registrano osservazioni da parte del Collegio dei Revisori dei Conti;
- ◆ **Unanime**

D E L I B E R A

- 1) di promuovere l'attività di divulgazione dei programmi e servizi consortili offerti agli insediati mediante l'installazione di un impianto promo-pubblicitario potenzialmente utilizzabile anche dagli operatori economici locali e non, opportunamente convenzionati in base a specifica regolamentazione;
- 2) di approvare il Regolamento elaborato dagli Uffici, disciplinante la concessione degli spazi pubblicitari disponibili sulla piattaforma pubblicitaria di cui al punto 1 che precede;
- 3) di dare mandato al Direttore perché proceda con propria Determinazione alla nomina del relativo Responsabile del Procedimento;
- 4) di imputare gli oneri nascenti dalla presente deliberazione, valutati approssimativamente in €40.000,00 oltre IVA, sul Cap. 2.12.26.0 "Acquisto di attrezzature e macchinari" del Bilancio di Previsione in corso.

IL PRESIDENTE

(Luca Argiolas)

IL SEGRETARIO VERBALE

(Giuseppe Laruffa)

VISTO DEL DIRETTORE PROPONENTE	<i>Il Direttore</i>
Favorevole	

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA	<i>Il Responsabile del Procedimento</i>
Favorevole	

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE	<i>Il Responsabile della Ragioneria</i>
Favorevole	
	

Si attesta che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Consortile in data 26 GIU. 2019
e vi rimarrà affissa per 30 giorni consecutivi - (art. 32 c. 2 Statuto Consortile)

L'INCARICATO DELLA SEGRETERIA

Frauca Piras

REGOLAMENTO PIATTAFORMA PROMO-PUBBLICITARIA

Norme tecniche di attuazione

Allegato alla Deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 43 del 11.06.2019

Art. 1

(Oggetto del Regolamento)

1. Il presente Regolamento disciplina, secondo principi di trasparenza, razionalità, funzionalità e sicurezza, la concessione degli spazi pubblicitari entro impianti di proprietà consortile costituenti la Piattaforma promo-pubblicitaria in essere entro l'agglomerato consortile.
2. Il Regolamento non si applica:
 - a) ai segnali turistici e di territorio, come definiti dal Regolamento di attuazione del codice della strada (DPR 495/1992), purché conformi alle caratteristiche previste nella risoluzione del Ministero delle Finanze n. 48/E/IV/7/609 del 1° aprile 1996;
 - b) alla pubblicità effettuata su mezzi di trasporto collettivo, compresi il servizio di linea ed i bus-navetta, o con aeromobili e palloni frenati;
 - c) alla pubblicità effettuata in via esclusiva dallo Stato e dagli altri Enti e soggetti con finalità di pubblico interesse o religiose;
 - d) alla pubblicità ed ai mezzi di segnalazione o di indicazione la cui esposizione sia obbligatoria per legge o regolamento;
 - e) alla pubblicità all'interno di luoghi aperti al pubblico, se non visibile dalla strada;
 - f) ai mezzi di comunicazione ed informazione culturale, turistica, istituzionale e di pubblica utilità;
 - g) ai cartelli segnalanti la sponsorizzazione della realizzazione delle opere pubbliche o della manutenzione di aree verdi o simili.

Art. 2

(Impianti di pubblicità esterna)

1. I messaggi di pubblicità sono esposti con manufatti consortili saldamente ancorati a terra o a muro, aventi cioè caratteristica di "impianto", destinati allo scopo.
2. Si distinguono le seguenti tipologie di impianto:
 - a) *Insegna e simili*. Impianto destinato all'indicazione ed all'individuazione di attività in genere, installato nella relativa sede o nelle sue pertinenze; può essere anche luminoso o illuminato e contiene una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio; a seconda della collocazione, può essere: a bandiera orizzontale o verticale, se in oggetto da una costruzione, frontale, a tetto su pensilina o sulle facciate di edifici, su palina, cioè con supporto proprio. Sono assimilate alle insegne: le targhe di esercizio o professionali, consistenti in una scritta, priva di luminosità propria, in caratteri alfanumerici completata eventualmente da un simbolo o marchio, che può essere collocata, solo in assenza di vetrine, sello stipite della porta o, in presenza di comprovate difficoltà tecniche, lateralmente ad essa o sui battenti; i messaggi su tenda, consistenti in una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente da un simbolo o da un marchio, posta direttamente su tende in tessuto o materiali assimilabili, poste esternamente a protezione di vetrine o ingressi; le vetrofanie, consistente in una scritta, in caratteri alfanumerici, completata eventualmente

da un simbolo o da un marchio, su superfici in vetro, anche con pellicole adesive; le iscrizioni su muro, che identificano l'attività a cui si riferiscono con tecniche pittoriche direttamente sull'edificio;

- b) *Preinsegna*. Struttura finalizzata al reperimento della sede dove si esercita una determinata attività, supportata da sostegno proprio, realizzata su manufatti bifacciali e bidimensionali, utilizzabili su una sola o su entrambe le facce, contenente frecce di indicazione utili per facilitare il reperimento della sede indicata e scritte in caratteri alfanumerici, completate eventualmente da simboli e da marchi: a fini di tutela e di omogeneità della segnaletica, nelle aree del centro storico possono essere installate preinsegne o altri supporti pubblicitari con caratteristiche tecniche particolari definite in specifici protocolli d'intesa con la Soprintendenza;
- c) *Cartello stradale*. Elemento monofacciale o bifacciale vincolato al suolo da idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari esposti sul manufatto mediante pannello serigrafato;
- d) *Cartello a messaggio variabile*. Elemento monofacciale o polifacciale fissato al suolo da idonea struttura di sostegno finalizzato all'esposizione di messaggi pubblicitari variabili con prismi rotanti, sistemi digitali o altro;
- e) *Tabella a messaggio variabile*. Elemento monofacciale fissato a parete con idonea struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione di messaggi pubblicitari variabili con prismi rotanti, sistemi digitali o altro; può essere posizionato su frontespizi di edifici privi di aperture o elementi decorativi di pregio;
- f) *Pensilina di attesa bus*. Struttura integrata con pensilina di attesa mezzi pubblici, ad essa rigidamente vincolata finalizzata alla diffusione dei messaggi istituzionali o pubblicitari, direttamente con sovrapposizione di manifesti, pannelli serigrafati o simili;
- g) *Palina di fermata bus*. Struttura integrata con la palina di indicazione linee e fermata dei mezzi pubblici;
- h) *Cestino portarifiuti*. Struttura integrata a cestino portarifiuti, ad esso rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, direttamente con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili;
- i) *Transenna parapetonale*. Struttura pubblicitaria mono o bifacciale di superficie inferiore ad 1 mq, solidamente vincolati a barriere parapetonali;
- j) *Orologio*. Struttura integrata ad orologi, barometri, ecc., ad essi rigidamente vincolata, finalizzata alla diffusione dei messaggi pubblicitari, con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili;
- k) *Quadro informativo*. Struttura pubblicitaria mono o bifacciale solidamente vincolata ad impianto planimetrico informativo, finalizzata alla diffusione di messaggi pubblicitari con l'esposizione di pannelli serigrafati o simili;
- l) *Trespole polifacciale o totem*. Elemento tridimensionale multifacciale, vincolato al suolo da qualsiasi struttura di sostegno, finalizzato alla diffusione dei messaggi istituzionali o commerciali, sia direttamente sia con sovrapposizione di altri elementi come manifesti o simili.

Art. 3

(Procedure di assegnazione delle superfici pubblicitarie)

Le concessioni degli spazi promo-pubblicitari entro impianti consortili avviene previa verifica di disponibilità di superficie autorizzabile, tenendo conto anche dei recuperi derivanti dalla dismissione volontaria o forzata delle concessioni preesistenti, sulla base della data di arrivo dell'istanza al protocollo generale, fino ad un massimo di 40 spazi giornalieri totali.

Le relative autorizzazioni sono rilasciate fino all'esaurimento della superficie disponibile.

In caso di realizzazione di nuovi impianti consortili sarà possibile procedere alla concessione di nuovi spazi pubblicitari.

Art. 4

(Programmazione delle finalità promo-pubblicitarie)

Le concessioni di spazi pubblicitari entro impianti consortili è così ripartita:

- a) promozione di attività istituzionale, ed altre attività prive di rilevanza commerciale o comunque economica in quanto di natura sociale culturale o sportiva, costituenti funzione prioritaria istituzionale: venticinque per cento;
- b) promozione di attività commerciale o comunque aventi rilevanza economica, costituenti funzione accessoria istituzionale: settantacinque per cento.

Art. 5

(Concessione di impianti pubblicitari su beni di proprietà comunale o di pubblica utilità)

Per la concessione di spazi pubblicitari per le finalità di cui alla lett. b) del precedente Art. 5 deve essere corrisposto, di norma, un canone che si aggiunge all'imposta di pubblicità ed alla tassa per l'occupazione degli spazi ed aree pubbliche ove applicabile, determinato in:

1. € 20 al mq al mese su impianti prospicienti la S.P. 61
2. € 15 al mq al mese entro impianti consortili non prospicienti la S.P. 61

La concessione di spazi pubblicitari consiste nella trasmissione di messaggio giornaliero, fisso o dinamico (ossia con trasmissione di foto o filmato), della durata di 18 minuti ciascuno ripetuto per un numero minimo di due volte, di cui una diurna e una notturna, nell'arco delle 24 ore.

Tutti gli importi sopra indicati sono al netto d'IVA e da riportare al periodo di riferimento.

Il rapporto è disciplinato da convenzione/lettera-contratto contenente la specificazione del canone annuo dovuto, modalità e termini di pagamento, del messaggio promo-pubblicitario, degli impianti, della durata, eventuale rinnovabilità ed ipotesi di revoca della concessione.

La concessione ha durata massima di nove anni ed alla sua scadenza, ovvero alla eventuale risoluzione anticipata del rapporto di convenzione, si procede a nuova concessione assegnazione.

Le disposizioni di cui al presente articolo si applicano, in quanto compatibili, alle ipotesi di concessione da parte del Consorzio a privati, del diritto di utilizzare impianti di proprietà consortile anche per conto di terzi.

Art. 6

(Modalità di presentazione dell'istanza concessione)

Salvo quanto previsto ai successivi punti 4 e 6, la domanda per la concessione di spazi pubblicitari su impianti consortili dovrà essere corredata dai seguenti allegati:

- a) bozzetto a colori del messaggio pubblicitario od tutti i messaggi previsti anche mediante file contenente foto o filmato del messaggio pubblicitario in formato compatibile con la tipologia di impianto disponibile;
- b) autodichiarazione ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/00 e s.m.i., redatta sul modulo predisposto, sottoscritta dal richiedente, che l'attività oggetto del messaggio pubblicitario è svolta in conformità alle norme di legge.

Art. 7

(Revoca autorizzazione)

L'autorizzazione è revocata d'Ufficio, senza diritto di rivalsa da parte del titolare della concessione:

- a) qualora il titolare della concessione non provveda al pagamento della fattura annuale anticipata decorsi trenta giorni dalla data dell'emissione;
- b) qualora risulti che sono venuti meno i presupposti di legge per il rilascio dell'autorizzazione o per il legittimo svolgimento dell'attività pubblicizzata;
- c) per sopravvenute ragioni di interesse pubblico;
- d) mancato rispetto del decoro urbano accertato dalla Polizia Municipale o per altro reato accertato da altro Organo di Pubblica Sicurezza.