



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

## DELIBERAZIONE N. 18/37 DEL 18.05.2023

---

**Oggetto:** Realizzazione di campagne pubblicitarie degli attrattori e dei prodotti della Sardegna. Annualità 2023-2024. L.R. 5 agosto 2015, n. 21.

L'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio riferisce alla Giunta regionale in merito alla legge regionale 5 agosto 2015, n. 21, in base alla quale l'Amministrazione regionale, al fine della veicolazione di campagne pubblicitarie degli attrattori ambientali, culturali e turistici e dei prodotti artigianali ed enogastronomici della Sardegna, si avvale anche delle società sportive professionistiche aventi sede nel territorio regionale che dispongono di canali e strategie di comunicazione efficaci, con una elevata capacità di diffusione del messaggio promozionale, in grado di raggiungere un pubblico ampio e diversificato.

L'Assessore evidenzia come le azioni di comunicazione avviate dalla entrata in vigore della L.R. n. 21/2015 siano state principalmente finalizzate alla promozione della Sardegna come "destinazione turistica integrata" con un focus esperienziale sul valore dell'artigianato artistico e delle sue produzioni e del paesaggio culturale legato principalmente all'archeologia. Le azioni di comunicazione consentono di richiamare l'attenzione dei turisti e dei consumatori verso la Sardegna, contribuendo a creare e rafforzare le motivazioni di viaggio e di acquisto.

L'Assessore ricorda che la summenzionata L.R. n. 21/2015, all'art. 1, comma 2, prevede che sia la Giunta regionale, su proposta dell'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, a stabilire, annualmente, "gli obiettivi, le azioni, i mezzi di diffusione e la durata della campagna pubblicitaria, la procedura per l'affidamento delle relative prestazioni nel rispetto dei principi comunitari e delle norme di legge in materia e i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie".

L'Assessore, in ossequio a quanto previsto dalla citata norma regionale, ritiene di dovere proporre gli obiettivi, le azioni, i mezzi di diffusione e la durata della campagna pubblicitaria, oltre alla procedura per l'affidamento della realizzazione delle azioni di comunicazione.

Propone, pertanto, quali obiettivi della campagna pubblicitaria, il consolidamento del posizionamento della Sardegna in ambito turistico, attraverso la promozione del turismo attivo, delle produzioni dell'artigianato artistico isolano, degli attrattori culturali e dell'archeologia in linea con quanto previsto dal PRS e negli indirizzi della programmazione comunitaria 2021/2027.

In considerazione del fatto che la citata norma prevede che le campagne pubblicitarie devono essere realizzate per il tramite delle società sportive professionistiche che abbiano sede in



Sardegna, le azioni saranno concentrate principalmente su: visibilità campo da gioco e allenamento in casa e trasferta (a titolo di esempio maglie, cartellonistica/ledwall), coinvolgimento di atleti di elevata popolarità come testimonial per la veicolazione del messaggio anche attraverso la realizzazione di materiale audio/video/fotografico, la diffusione di spot/video promozionali su emittenti televisive e siti web, attività su social media.

I principali mezzi di diffusione individuati sono TV, radio e web. In particolare, per il mezzo televisivo, in relazione alla “elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale, in grado di raggiungere un pubblico particolarmente ampio e diversificato” prevista dalla citata L.R. 5 agosto 2015, n. 21, dovranno essere garantiti livelli di diffusione del messaggio con la soglia minima di audience cumulata di 10.000.000/anno di telespettatori, riferita a trasmissioni di competizioni ufficiali, nazionali ed internazionali, in occasione delle quali sarà veicolato il messaggio promozionale. L'audience cumulata deve essere riferita a trasmissioni derivanti da contratti di cessione di diritti televisivi tra leghe sportive di appartenenza ed emittenti televisive che garantiscano una diffusione nazionale ed internazionale.

La durata della campagna di comunicazione dovrà essere riferita alla stagione agonistica 2023-2024 e comunque ricompresa tra la data di stipula del contratto e il 30 giugno 2024.

L'individuazione delle società sportive professionistiche con un'elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale, in grado di raggiungere un pubblico particolarmente ampio e diversificato sarà effettuata attraverso la pubblicazione, da effettuarsi entro trenta giorni dalla presente deliberazione, di un invito a manifestare l'interesse, cui conseguirà l'esperimento di una procedura telematica finalizzata all'acquisizione di una proposta di piano di comunicazione per il periodo di riferimento e rivolta alle società manifestanti interesse e dichiaranti il possesso del requisito di audience cumulata sopraccitato.

Le somme da destinare alle azioni di cui alla L.R. n. 21/2015 riferite alla stagione agonistica 2023-2024, stanziata nel bilancio 2023-2024 a valere sul capitolo di spesa SC06.0457 afferente alla missione 07, programma 01, sono le seguenti:

- a) massimo euro 3.110.653,45 IVA ed ogni altro onere compresi, a valere sul bilancio 2023;
- b) massimo euro 2.475.000,00 IVA ed ogni altro onere compresi, a valere sul bilancio 2024.



I criteri di ripartizione delle suddette somme a favore delle società sportive che partecipano a campionati nazionali/internazionali, ammesse sulla base della dichiarazione del possesso del requisito minimo di audience (10.000.000/anno di telespettatori), sono:

- 1) il 60% di ciascuna annualità (pari ad euro 1.866.392,07 per il 2023 ed euro 1.485.000 per il 2024), in quote di pari importo per la realizzazione di apposite campagne da veicolare attraverso i rispettivi canali di comunicazione;
- 2) il 40% di ciascuna annualità (pari ad euro 1.244.261,38 per il 2023 ed euro 990.000 per il 2024), in quote proporzionali al valore mediatico equivalente multicanale delle attività da realizzarsi attraverso la veicolazione nei rispettivi canali di comunicazione (quali a titolo di esempio media televisivi, radiofonici, digitali, attività on site), utilizzati da ogni singola società sportiva nell'ambito della complessiva campagna proposta

Sia la quota del 60% di ciascuna annualità che la quota del 40% di ciascuna annualità, per potere essere assegnate ad ogni singola società sportiva a seguito della presentazione della proposta di campagna e relativa offerta economica, conseguente all'esperimento della procedura di affidamento telematica, dovranno essere confermate da apposita certificazione del valore ex ante della rispettiva campagna (valore mediatico equivalente multicanale), rilasciata da società terza specializzata (advisor) individuata dall'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio.

Qualora l'offerta economica presentata da ciascuna società sportiva risultasse inferiore al valore economico asseverato dall'Advisor, farà fede l'offerta economica presentata dalla società. Nel caso in cui l'offerta economica presentata dalla società risultasse superiore al valore asseverato, farà fede il valore asseverato.

La Giunta regionale, udita la proposta dell'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, visto il parere favorevole di legittimità del Direttore generale dell'Assessorato sulla proposta in esame

### **DELIBERA**

- di approvare che la campagna pubblicitaria prevista dall'articolo 1, comma 2, della legge regionale 5 agosto 2015, n. 21, avrà, per la stagione sportiva 2023/2024, l'obiettivo di consolidare il posizionamento della Sardegna in ambito turistico, attraverso la promozione del turismo attivo, delle produzioni dell'artigianato artistico isolano e degli attrattori culturali e



- dell'archeologia, utilizzando i canali di comunicazione delle società sportive professionistiche individuate secondo le modalità specificate in premessa, con particolare riferimento alla diffusione dei messaggi promozionali sui mezzi televisivi, radio e web;
- di approvare che la durata della campagna di comunicazione dovrà essere riferita in generale alla stagione agonistica 2023-2024 e comunque ricompresa tra la data di stipula del contratto e il 30 giugno 2024;
  - di approvare che l'affidamento della campagna promozionale avverrà a seguito della pubblicazione, da effettuarsi entro trenta giorni dalla presente deliberazione, di un invito a manifestare interesse, cui conseguirà l'esperimento di una procedura telematica finalizzata alla acquisizione di una proposta di piano di comunicazione per il periodo di riferimento e rivolta alle società manifestanti interesse e dichiaranti il possesso del requisito di audience cumulata citato in premessa;
  - di approvare la quantificazione delle risorse finanziarie da destinare alle azioni di cui alla L.R. n. 21/2015, riferite alla stagione agonistica 2023-2024, stanziare nel bilancio 2023-2024 a valere sul capitolo di spesa SC06.0457 afferente alla missione 07, programma 01, come di seguito riportato:
    - a) massimo euro 3.110.653,45 IVA ed ogni altro onere compresi, a valere sul bilancio 2023;
    - b) massimo euro 2.475.000,00 IVA ed ogni altro onere compresi, a valere sul bilancio 2024;
  - di approvare i criteri di ripartizione delle suddette somme a favore delle società sportive che partecipano a campionati nazionali/internazionali, ammesse sulla base della dichiarazione del possesso del requisito minimo di audience (10.000.000/anno di telespettatori), come di seguito elencati:
    - 1) il 60% di ciascuna annualità (pari ad euro 1.866.392,07 per il 2023 ed euro 1.485.000 per il 2024), in quote di pari importo per la realizzazione di apposite campagne da veicolare attraverso i rispettivi canali di comunicazione;
    - 2) il 40% di ciascuna annualità (pari ad euro 1.244.261,38 per il 2023 ed euro 990.000 per il 2024), in quote proporzionali al valore mediatico equivalente multicanale delle attività da realizzarsi attraverso la veicolazione nei rispettivi canali di comunicazione (quali a titolo di esempio media televisivi, radiofonici, digitali, attività on site), utilizzati da ogni singola società sportiva nell'ambito della complessiva campagna proposta;



- di approvare che, sia la quota del 60% di ciascuna annualità che la quota del 40% di ciascuna annualità, per potere essere assegnate ad ogni singola società sportiva a seguito della presentazione della proposta di campagna e relativa offerta economica, conseguente all'esperimento della procedura di affidamento telematica, dovranno essere confermate da apposita certificazione del valore ex ante della rispettiva campagna (valore mediatico equivalente multicanale), rilasciata da società terza specializzata (Advisor) individuata dall'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio. Qualora l'offerta economica presentata da ciascuna società sportiva risultasse inferiore al valore economico asseverato dall'Advisor, farà fede l'offerta economica presentata dalla società. Nel caso in cui l'offerta economica presentata dalla società risultasse superiore al valore asseverato, farà fede il valore asseverato.

Letto, confermato e sottoscritto.

**Il Direttore Generale**

Giovanna Medde

**Il Presidente**

Christian Solinas