

## **RELAZIONE ILLUSTRATIVA**

La comune esperienza attesta che lo sport, in ogni sua declinazione, è un fenomeno globale, “è qualcosa di universale, qualcosa che è compreso in tutto il mondo, indipendentemente dalle differenze sociali, etniche o religiose” (J. Rogge), ed è in grado di attrarre l’attenzione, l’interesse ed il coinvolgimento di miliardi di persone. Il legame tra comunicazione e sport nasce già nell’Ottocento, quando lo sport, inteso come divertimento e spettacolo, incomincia ad attirare l’attenzione degli allora emergenti mezzi di comunicazione di massa, in particolare del giornalismo, che ne era la manifestazione più importante. Successivamente e fino ai giorni nostri, la comunicazione di tutto ciò che attiene il cosiddetto “mondo dello sport” è veicolata dalla radio, dalle televisioni e dalla stampa online, ma anche dai mezzi di comunicazione sociale. In questo modo, quotidianamente, lo sport entra nelle case della popolazione mondiale; particolare penetrazione in un pubblico ampio e diversificato, raggiunto anche se non direttamente coinvolto od appassionato ad una disciplina, hanno i campionati, i tornei, le leghe ed analoghe competizioni di massimo livello che vedano protagoniste le società sportive professionistiche.

Il mondo dello sport, quindi, rappresenta un veicolo comunicativo di enorme impatto sociale, mediatico ed economico. La finalità del presente disegno di legge è quella di agganciare alla penetrazione comunicativa del mondo dello sport nelle sue massime espressioni agonistiche, per il tramite delle società professionistiche, la comunicazione e promozione del territorio ligure, dei suoi prodotti industriali, manifatturieri, artigianali, enogastronomici, con l’obiettivo dell’internazionalizzazione dell’economia ligure. Collateralmente, i prodotti liguri d’eccellenza hanno intrinsecamente una valenza di richiamo turistico per il territorio e di business per il mondo delle imprese. La promozione degli attrattori economici, ambientali, culturali e turistici liguri quindi svolge azioni orientate all’incontro domanda-offerta, alla creazione di possibilità di sviluppo economico, di sinergie e scambi commerciali sia in outcoming che in incoming, e promuove indirettamente la Liguria sotto il profilo turistico.

Regione Liguria intende attivare uno strumento di internazionalizzazione che si sviluppi attraverso campagne promozionali, che promuovano nelle sue diverse componenti il territorio ligure, realizzate e veicolate da società sportive professionistiche, a tal fine invitate a presentare manifestazione di interesse.

Per campagna promozionale si intende un sistema di azioni costituite principalmente dalla visibilità degli oggetti della campagna dai campi di gioco e allenamento, dal coinvolgimento di atleti di elevata popolarità come testimonial per la veicolazione del messaggio promozionale, dalla realizzazione di materiale audio- video- foto- grafico, dalla realizzazione di eventi, attraverso un adeguato ed efficace concorso di mezzi e strumenti di comunicazione.

## **RELAZIONE ARTICOLATA**

L’ART. 1 riconduce preliminarmente la norma nel perimetro costituzionale dell’art. 117 Cost. e declina le finalità generali della legge.

L’ART. 2, nel definire l’oggetto della legge, autorizza Regione Liguria ad effettuare le spese necessarie per la realizzazione e la veicolazione di campagne promozionali del territorio regionale e delle sue eccellenze e peculiarità per il tramite delle società sportive professionistiche aventi sede nel territorio regionale, che dispongono di canali e strategie di comunicazione dotati di notevole efficacia, con un’elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale.

Vengono altresì precisati i requisiti che le società sportive devono possedere per poter accedere alle procedure per l’affidamento delle prestazioni promozionali di cui all’art. 3 e la tipologia di risorse che possono concorrere al raggiungimento delle finalità della legge (commi 2 e 3).

L'ART. 3 disciplina gli aspetti procedurali finalizzati alla sottoscrizione dei contratti di servizio con le società sportive che abbiano manifestato l'interesse alla realizzazione delle campagne pubblicitarie (cc. 1-2) rinviando ad apposita deliberazione della Giunta Regionale le modalità di utilizzo delle risorse, i contenuti minimi della manifestazione di interesse, i requisiti minimi di accesso, le forme di monitoraggio e controllo in fase di realizzazione della campagna, nonché la individuazione della durata della stessa.

L'ART. 4 contiene la norma finanziaria.

L'ART. 5 reca la dichiarazione di urgenza della legge.

## **Articolo 1 (Finalità)**

1. La Regione, nell'ambito delle competenze in materia di attività internazionali attribuite alle Regioni ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione, favorisce e sostiene l'internazionalizzazione e la promozione del territorio regionale e delle sue eccellenze e peculiarità anche attraverso mirate campagne promozionali in grado di raggiungere un pubblico particolarmente ampio e diversificato.

## **Articolo 2 (Oggetto)**

1. La Regione, per il conseguimento delle finalità di cui all'articolo 1, è autorizzata ad effettuare le spese necessarie per la realizzazione e la veicolazione di campagne promozionali degli attrattori economici, ambientali, culturali, turistici e dei prodotti di eccellenza del territorio per il tramite delle società sportive professionistiche di cui all'articolo 10 della legge 23 marzo 1981 n. 91 (Norme in materia di rapporti tra società e sportivi professionisti) e successive modificazioni e integrazioni, che dispongono di canali e strategie di comunicazione dotati di notevole efficacia, con un'elevata potenzialità di diffusione del messaggio promozionale.
2. Le società sportive professionistiche di cui al comma 1, che svolgano campionati di massima serie nell'ambito della disciplina per lo svolgimento della quale sono iscritte a federazioni nazionali o internazionali, ai fini dell'ammissibilità della manifestazione di cui all'articolo 3 comma 1, saranno tenute a documentare il radicamento della società nel contesto territoriale regionale.
3. Al raggiungimento delle finalità della presente legge possono concorrere anche risorse comunitarie.

## **Articolo 3 (Realizzazione di campagne promozionali)**

1. Regione Liguria, anche per il tramite di società partecipate, acquisisce tra le società sportive professionistiche di cui all'articolo 2 la manifestazione di interesse ad attivare campagne promozionali, sulla base dei criteri e con le procedure definite con il provvedimento della Giunta Regionale di cui al comma 2.
2. Gli obiettivi, le azioni, i mezzi di diffusione e la durata della campagna promozionale, la procedura per l'affidamento delle relative prestazioni nel rispetto dei principi comunitari e delle norme di legge in materia e le modalità di utilizzo delle risorse finanziarie sono definiti con deliberazione adottata dalla Giunta regionale.

## **Articolo 4 (Norma finanziaria)**

1. Agli oneri derivanti dall'applicazione della presente legge per l'esercizio 2021, si provvede mediante le seguenti variazioni allo stato di previsione della spesa del bilancio di previsione 2021-2023:
  - variazione compensativa di euro 210.000,00 (duecentodiecimila/00) in termini di competenza e di cassa nell'ambito della Missione 14 "Sviluppo economico e competitività", Programma 1 "Industria e PMI e artigianato", Titolo 1 "Spese correnti".
2. Agli oneri per gli esercizi successivi si provvede con legge di bilancio.

**Articolo 5**  
**(Dichiarazione di urgenza)**

1. La presente legge regionale è dichiarata urgente ed entra in vigore il giorno successivo della sua pubblicazione nel BURL.