



seduta del
23/11/2005
delibera
1460

pag.
1

DE/PR/GPR Oggetto: Modalità attuative delle attività di informazione e  
O NC comunicazione (art. 12 della L. n. 150/2000).

Prot. Segr.  
1708

L'anno duemilacinque addì 23 del mese di novembre a Cingoli presso l'Azienda Fileni, si è riunita la Giunta Regionale convocata in via straordinaria:

- |                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| - Spacca Gian Mario  | Presidente      |
| - Agostini Luciano   | Vice Presidente |
| - Amagliani Marco    | Assessore       |
| - Giaccaglia Gianni  | Assessore       |
| - Mezzolani Almerino | Assessore       |
| - Petrini Paolo      | Assessore       |
| - Pistelli Loredana  | Assessore       |

Sono assenti:

- |                    |           |
|--------------------|-----------|
| - Ascoli Ugo       | Assessore |
| - Carrabs Gianluca | Assessore |
| - Marcolini Pietro | Assessore |
| - Solari Giampiero | Assessore |

Essendosi in numero legale per la validità dell'adunanza assume la Presidenza il Presidente della Giunta regionale Spacca Gian Mario che dichiara aperta la seduta alla quale assiste il Segretario della Giunta regionale Brandoni Bruno.

La deliberazione in oggetto è approvata all'unanimità dei presenti.  
Riferisce in qualità di relatore: Il Presidente Spacca Gian Mario.

NOTE DELLA SEGRETERIA DELLA GIUNTA

Inviata per gli adempimenti di competenza

- alla struttura organizzativa: \_\_\_\_\_
- alla P.O. di spesa: \_\_\_\_\_
- al Presidente del Consiglio regionale
- alla redazione del Bollettino ufficiale

Il \_\_\_\_\_

L'INCARICATO

Proposta o richiesta di parere trasmessa al Presidente del Consiglio regionale il \_\_\_\_\_

prot. n. \_\_\_\_\_

L'INCARICATO



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

**Oggetto: Modalità attuative delle attività di informazione e comunicazione (art. 12 della legge 7 giugno 2000 n° 150).**

### LA GIUNTA REGIONALE

**VISTO** il documento istruttorio, riportato in calce alla presente deliberazione, predisposto dalla struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale, dal quale si rileva la necessità di deliberare le modalità attuative delle attività di informazione e comunicazione;

**RITENUTO**, per i motivi riportati nel predetto documento istruttorio e che vengono condivisi, deliberare in merito;

**VISTA** la proposta del Capo di Gabinetto del Presidente della Giunta regionale che contiene il parere favorevole, di cui all' art. 4, comma 4 della legge regionale 15 ottobre 2001, n° 20, sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica;

**VISTA** l'attestazione della copertura finanziaria di cui all'articolo 48 della legge regionale 11 dicembre 2001, n. 31;

**RICHIAMATA** la D.G.R. n° 1342 del 3/11/2005 che determina le funzioni del Gabinetto del presidente della Giunta regionale nell'ambito della nuova organizzazione amministrativa;

**VISTO** l'art. 28 dello Statuto Regionale;

Con la votazione resa in forma palese e riportata a pagina 1

### DELIBERA

1. di approvare, ai sensi dell' art. 12 della legge n° 150/2000, le modalità attuative delle attività di informazione e comunicazione descritte nell'allegato alla presente deliberazione, che ne costituisce parte integrante e sostanziale;
2. di demandare alla struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale della Giunta regionale l'incarico di espletare una gara di appalto nella forma del pubblico incanto (art. 6, commi 1 e 2 lett. a) e dell'art. 23, comma 1, lettera b) D. Lgs. 17/3/1995 n° 157, a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa, per la scelta della società da incaricare al fine di promuovere opportune campagne di comunicazione istituzionale e sondaggi di opinione per monitorare e verificare i risultati conseguenti allo svolgimento delle attività di informazione e di comunicazione secondo le modalità approvate al punto 1. con una base d'appalto d'importo presunto annuo non superiore ad € 170.000,00 (I.V.A. compresa) come riportato nel documento istruttorio;
3. di riservarsi, con successivo atto deliberativo, di approvare gli indirizzi per l'organizzazione della propria struttura in materia di stampa e comunicazione istituzionale;
4. di impegnare la somma di € 100.000,00 sul cap. 10503107 del Bilancio di Previsione per l'anno 2005, in conto competenza.

**IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA REGIONALE**

(Dott. Bruno Brandoni)

*Bu Brandoni*

**IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE**

(Dott. Gian Mario Spacca)

*Gian Mario Spacca*

*~*



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

### **DOCUMENTO ISTRUTTORIO NORMATIVA DI RIFERIMENTO**

Legge n° 150 del 07/06/2000 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni".

Legge n° 112 del 03/05/2004 " Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI – Radiotelevisione italiana Spa, nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione"

### **MOTIVAZIONE**

In data 11/07/2005 la Giunta regionale, al fine di dare massima diffusione possibile alle iniziative promosse ed agli atti adottati, da portare a conoscenza dell'opinione pubblica della regione, ha ritenuto opportuno che l'Amministrazione si doti di un Piano di Comunicazione istituzionale che preveda anche un monitoraggio costante del riscontro pubblico rispetto alle attività della Giunta stessa.

Al riguardo ha incaricato il dirigente del servizio stampa e pubbliche relazioni della predisposizione di un programma di comunicazione istituzionale da sottoporre all'attenzione della Giunta regionale.

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.

Lo strumento individuato dalla legge n° 150/2000 (art. 12) per offrire un'immagine unitaria e coordinata della Pubblica Amministrazione è il Piano di Comunicazione.

Il Piano di Comunicazione si compone di tre fasi principali:

- La pianificazione e la redazione;
- L'implementazione;
- La valutazione dell'efficacia con l'apporto degli eventuali correttivi, durante la fase della gestione ed a consuntivo, per perfezionarlo e renderlo più adeguato alle esigenze informative della comunità.

E' necessaria la collaborazione di tutti, affinché si possa giungere ad una visione complessiva



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

delle attività di comunicazione ed a risultati corretti. Nell'ambito delle scelte metodologiche sono individuate le attività ordinarie e di carattere istituzionale, interne ed esterne, quali ad esempio l'avviso relativo alle gare di appalto, ed alla ricerca di personale, le iniziative e gli interventi di comunicazione istituzionale a carattere promozionale e pubblicitario che sono, di norma, attuati dall'Ente attraverso l'utilizzazione dei mezzi di informazione e di comunicazione non gestiti in proprio per:

- promuovere la conoscenza dei programmi e della attività della Regione;
- far conoscere ai cittadini il funzionamento e le modalità di accesso ai servizi pubblici;
- sensibilizzare i cittadini su argomenti specifici di comportamento civile, sociale ed economico;
- informare su atti di particolare importanza per i quali non siano sufficienti le forme ordinarie di pubblicazione.
- promuovere la conoscenza dei programmi e della attività della Regione;
- far conoscere ai cittadini il funzionamento e le modalità di accesso ai servizi pubblici;
- sensibilizzare i cittadini su argomenti specifici di comportamento civile, sociale ed economico;
- informare su atti di particolare importanza per i quali non siano sufficienti le forme ordinarie di pubblicazione.

Sostanzialmente il Piano di Comunicazione consta di sette passaggi fondamentali:

- L'analisi dello scenario;
- L'individuazione degli obiettivi di comunicazione;
- L'individuazione del pubblico di riferimento;
- Le scelte strategiche;
- Le scelte di contenuto;
- L'individuazione delle azioni e degli strumenti di comunicazione;
- La misurazione dei risultati.

La Giunta regionale, con la Delibera n° 1.211 del 17/10/2005, nell'ambito dell'assestamento del Bilancio di previsione per l'anno 2005, al cap. 10503107, ha stanziato € 100.000,00 per le spese relative al Piano di comunicazione.

Con la deliberazione che viene sottoposta all'attenzione della Giunta regionale sono codificate le procedure per la realizzazione dei sette passaggi fondamentali e stabiliti i tempi per giungere alle tre fasi principali sopradescritte. Il Piano di comunicazione consente di qualificare la spesa regionale, una maggiore efficienza amministrativa, di conoscere i bisogni dei cittadini e di orientare le scelte amministrative considerato che il proliferare delle informazioni ha dato luogo ad un fenomeno di disinformazione per eccesso in cui la molteplicità, la frammentazione e la contraddittorietà del gran numero di informazioni provenienti da una pluralità di fonti differenti finiscono per paralizzare il cittadino anziché aiutarlo. E' inoltre utile ai fini degli adempimenti istituzionali connessi con l'art. 7 comma 10 della legge n° 112/2004.

Infatti l'art. 7 comma 10 della legge n° 112/2004 stabilisce che le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici il comma 11 precisa che le somme di cui al comma 10 sono quelle destinate alle spese per acquisto di spazi pubblicitari, esclusi gli oneri relativi alla loro realizzazione. Il comma 12 disciplina il comportamento delle amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici, i quali sono tenuti a dare comunicazione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche attraverso i Comitati regionali per le comunicazioni, vigila sulla diffusione della comunicazione pubblica a carattere pubblicitario sui diversi mezzi di comunicazione di massa. I pubblici ufficiali e gli amministratori degli enti pubblici che non adempiono agli obblighi di cui al comma 10 sono soggetti alla sanzione amministrativa del pagamento di una somma da un minimo di 1.040 euro ad un massimo di 5.200 euro. Competente all'accertamento, alla contestazione e all'applicazione della sanzione è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

E' quindi necessario avere l'esatta conoscenza degli impegni complessivamente assunti e delle spese a carattere pubblicitario realizzate al fine garantire il rispetto della normativa anzidetta per non incorrere nelle previste sanzioni amministrative.

Con questa deliberazione è demandato alla struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale l'espletamento della gara d'appalto relativa alla società da incaricare al fine di promuovere opportune campagne di comunicazione istituzionali e sondaggi di opinione per monitorare e verificare i risultati conseguenti all'attuazione del Piano di comunicazione per l'importo presunto annuo, a base d'appalto, non superiore ad € 170.000,00 (I.V.A. compresa), tenuto conto del costo medio di mercato per la realizzazione del sondaggio di opinione e dei costi sostenuti in precedenti campagne di comunicazione (sanità contratto del servizio Stampa e P.R. n° 9258 del 24 settembre 2004) per analoghe attività. La somma di € 170.000,00 rappresenta in ogni modo la somma complessiva massima oltre la quale non saranno ammesse le offerte economiche, così come le offerte tecniche devono comunque considerare il riferimento ad almeno una campagna di comunicazione istituzionale ed a numero due sondaggi.

Nella gara d'appalto dovrà essere compresa almeno una campagna di comunicazione istituzionale – tipo e quindi dovrà essere espressamente prevista l'offerta unitaria per la creazione e la realizzazione di tutti i messaggi, in tutti gli aspetti visivi e di contenuti, esaustivi dei punti salienti dell'oggetto della campagna, forniti in forma di briefing e testi specifici, anche sovrintendendo e dirigendo la realizzazione dei servizi fotografici attinenti il messaggio creato, gli esecutivi grafici necessari per la produzione tipografica dei materiali (manifesti per affissione pubblica ed eventuali pubblicazioni di sintesi e degli annunci informativi per quotidiani e periodici selezionati), l'ideazione degli annunci radiofonici e televisivi di supporto alla campagna cartacea e direzione della produzione degli stessi, l'ideazione del servizio fotografico necessario alla conformazione dei messaggi visivi, da fornire libero da diritti di utilizzo, l'individuazione dei media, la cura della produzione dei materiali e la pianificazione sui mezzi di comunicazione. Per quanto riguarda i sondaggi, ne dovranno essere previsti almeno due su di un campione rappresentativo della popolazione. Il costo unitario per la realizzazione della campagna di comunicazione e del singolo sondaggio costituisce la base per la determinazione del costo economico per il numero di campagne di comunicazione e dei sondaggi che saranno effettivamente realizzati. Il contratto ha durata annuale e può essere disdettato da una delle due parti che lo ha sottoscritto almeno un mese prima della scadenza contrattuale per un periodo massimo consentito di cinque anni.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

### ESITO DELL'ISTRUTTORIA

Sulla base delle considerazioni sopra esposte, si propone alla Giunta regionale la presente deliberazione avente per oggetto: **"Modalità attuative delle attività di informazione e comunicazione (art. 12 della legge 7 giugno 2000 n° 150)"**.

**Il responsabile del procedimento  
(Dott. Gianfranco Andreucci)**

### ATTESTAZIONE DELLA COPERTURA FINANZIARIA

Si attesta la copertura finanziaria dell'impegno di spesa di € 100.000,00 assunto con la presente deliberazione, con riferimento alla disponibilità esistente sul relativo capitolo 10503107.

*Sequestro preventivo n. 5287*  
*[Handwritten signature]*

**Il Responsabile  
(Dott. Tommaso Patrizi)**

### PROPOSTA E PARERE DEL CAPO DI GABINETTO DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

Il sottoscritto, considerata la motivazione espressa nell'atto, esprime parere favorevole sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica della presente deliberazione e ne propone l'adozione alla Giunta regionale.

**IL CAPO DI GABINETTO  
DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE  
(Dott. Roberto Oreficini Rosi)**

La presente deliberazione si compone di n° 8 pagine,  
di cui n° 2 costituiscono allegati.

**Il segretario della Giunta regionale  
(Dott. Bruno Brandoni)**



**ALLEGATO 1**

**MODALITA' ATTUATIVE DELLE ATTIVITA'  
DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE**

Il Piano di comunicazione, previsto dall'art. 12 della legge n° 150/2000, rappresenta lo strumento di programmazione, coordinamento e di gestione unitaria delle attività di informazione e comunicazione della Giunta regionale.

E' suddiviso nelle tre fasi di:

- Pianificazione e redazione;
- Implementazione;
- Valutazione

**Pianificazione e redazione:**

Entro il 30 settembre di ciascun anno la Giunta regionale, con deliberazione proposta dalla struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale, approva le indicazioni metodologiche per la presentazione delle proposte concernenti il Programma di comunicazione ed i Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario da parte dei servizi della Giunta regionale.

Tali indicazioni sono formulate sulla base dei documenti finanziari e programmatici regionali (Documento di Programmazione economica e finanziaria, relazione allegata al Bilancio di Previsione, Piano degli obiettivi).

Entro il 31 ottobre di ciascun anno i Servizi regionali trasmettono le proprie proposte di comunicazione.

Entro il 30 novembre di ciascun anno la Giunta regionale, con deliberazione proposta dalla struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale, approva il Piano di Comunicazione sulla base delle proposte pervenute.

**Implementazione**

Costituisce la fase nella quale si attuano le azioni di comunicazione previste nel Piano.

Le iniziative di comunicazione non previste dal Piano possono essere promosse e realizzate soltanto per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dell'anno e devono essere approvate dalla Giunta regionale nell'ambito dell'aggiornamento del Piano di Comunicazione.

Per l'attuazione del Piano di Comunicazione la struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale provvede in particolare a:

- a) svolgere funzioni di centro di orientamento e consulenza per i servizi regionali ai fini della messa a punto dei programmi e delle procedure. Può anche fornire i supporti organizzativi ai servizi che ne fanno richiesta;
- b) 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. Una copia del Piano approvato è trasmessa ai servizi della Giunta regionale. Ciascun servizio realizza il Piano per le parti di specifica competenza.

Al fine di promuovere la gestione unitaria della comunicazione, ciascun servizio regionale dovrà concordare con la struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale le modalità attuative di ciascuna iniziativa a carattere pubblicitario. In particolare si rende necessario coordinare la scelta dei mezzi di comunicazione di massa più idonei per il raggiungimento degli obiettivi della comunicazione, il contenuto dei messaggi, i destinatari della comunicazione e la



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

copertura finanziaria al fine di garantire la massima efficacia dell'iniziativa. In fase esecutiva e prima dell'attuazione, la struttura competente in materia di stampa e comunicazione istituzionale dovrà esprimere il parere di conformità al Piano di Comunicazione ed indicare il rispetto dell'art. 7, comma 10, della legge 3 maggio 2004 n° 112.

### **Valutazione**

La valutazione dell'efficacia con l'apporto degli eventuali correttivi si svolge durante la fase della gestione ed a consuntivo del Piano di Comunicazione, per perfezionarlo e renderlo più adeguato alle esigenze informative della comunità.

### **Norma transitoria**

In sede di prima applicazione e per il solo anno 2006, il Piano di Comunicazione deve essere proposto alla Giunta regionale entro 60 (sessanta) giorni dalla pubblicazione del Bilancio di Previsione per l'anno 2006.