

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 336 del 08 aprile 2022

Approvazione del Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022. Legge 7 giugno 2000, n. 150.

[Informazione ed editoria regionale]

Note per la trasparenza:

Con il presente provvedimento si approva il Piano di comunicazione a carattere pubblicitario, con indicazione delle spese che le Strutture regionali prevedono di sostenere per l'anno 2022, per informazione ai cittadini mediante acquisto di spazi pubblicitari su radio, TV, stampa, internet ed eventi, manifestazioni.

Il Presidente Luca Zaia riferisce quanto segue.

La Giunta regionale prevede di porre in essere, nel corso del corrente anno, una serie di iniziative di promozione e informazione a livello locale, nazionale ed internazionale, per le quali si ritiene di procedere all'approvazione di un Piano di comunicazione a carattere pubblicitario, in analogia a quanto indicato dalla Legge 7 giugno 2000, n. 150, Legge Quadro sulla "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", per le amministrazioni dello Stato.

Nell'ambito della programmazione della propria attività di comunicazione istituzionale, da espletarsi in particolare con l'utilizzo dei mezzi sopraindicati, la Regione del Veneto persegue l'obiettivo di sensibilizzare i cittadini, turisti, buyers, consumatori finali ed imprese su tematiche regionali di generale interesse, promuovendo e rendendo visibili e trasparenti le azioni, le progettualità, gli interventi o i comportamenti che portano vantaggi diretti e indiretti alla collettività.

In ragione di questo, i messaggi comunicativi devono essere semplici e facilmente comprensibili dai destinatari, così da consentire una percezione immediata dell'azione regionale, sia sotto il profilo della conoscenza della Regione del Veneto, che dei relativi progetti e attività.

La funzione di comunicare ha, infatti, assunto un ruolo determinante nelle pubbliche amministrazioni per il miglioramento dei servizi messi a disposizione della collettività. In particolare il Piano di Comunicazione è uno strumento attraverso il quale vengono previste e pianificate le diverse attività di comunicazione, individuando le materie, gli oggetti, i destinatari, i contenuti da diffondere al meglio e i relativi fondi da destinare.

Per le iniziative di comunicazione, inserite nel Piano, vengono altresì indicati i mezzi di comunicazione che si prevedono di utilizzare e i relativi costi, la cui spesa sarà impegnata nel corso del corrente anno, indipendentemente dalla tipologia di fondi che saranno utilizzati, dai Direttori delle Strutture regionali interessate. In particolare, l'articolo 49 del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208, Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi, stabilisce, confermando le disposizioni legislative precedenti, che le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici, anche economici destinano, a fini di comunicazione istituzionale e all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, nel bilancio di competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici. Il rispetto di detta percentuale, deve essere garantito dai Responsabili dei singoli procedimenti amministrativi posti in essere, tenuto conto che l'esercizio dei poteri di vigilanza è in capo all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - AGCOM, alla quale va presentata la comunicazione annuale delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, a cura dei medesimi Responsabili.

A seguito di puntuale ricognizione delle esigenze di comunicazione istituzionale, avviata a seguito di nota prot. n. 58552 del 9 febbraio 2022 del Segretario Generale della Programmazione, le Strutture regionali, in coordinamento con i rispettivi Assessorati, hanno manifestato per l'anno 2022 l'esigenza specifica e puntuale di informare, sensibilizzare e coinvolgere i destinatari delle iniziative di comunicazione istituzionale di afferenza. In particolare, le Aree e le tematiche evidenziate e riportate nel Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022, di cui all'**Allegato A**, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, sono le seguenti:

- Segreteria Generale della Programmazione

- ◆ Sviluppo Sostenibile
- Area Politiche Economiche, Capitale Umano e Programmazione Comunitaria
 - ◆ Lavoro
 - ◆ Programma FESR
 - ◆ Programma Interreg Central Europe
 - ◆ Programma Interreg Italia - Austria
 - ◆ Programma Interreg Italia - Croazia
 - ◆ Programma Interreg Italia - Slovenia
- Area Marketing Territoriale, Cultura, Turismo, Agricoltura e Sport
 - ◆ Agroambiente
 - ◆ Beni e Attività culturali
 - ◆ Biodiversità e Parchi
 - ◆ Programmazione PSR, FEASR
 - ◆ Promozione Economica e Marketing territoriale
 - ◆ Turismo
- Area Risorse Finanziarie, Strumentali, ICT ed Enti Locali
 - ◆ Enti Locali, Grandi Eventi
- Area Tutela e Sicurezza del Territorio
 - ◆ Tutela e Sicurezza del Territorio

Al fine di avere un quadro ricognitivo complessivo annuale è stato altresì richiesto alle Strutture regionali, con la predetta nota del Segretario Generale della Programmazione, di dare conto di ogni eventuale ulteriore previsione di attività/iniziativa di comunicazione per l'anno 2022 relativa a Grandi Eventi, manifestazioni/eventi, partecipazione/organizzazione di manifestazioni fieristiche, indicando il relativo progetto comunicativo, con la tipologia delle azioni e mezzi di comunicazione che saranno adottati, le relative tempistiche e i costi (quali ad esempio: video, filmati, siti web, cartellonistica, totem pubblicitari, progetti editoriali, spazi su riviste e quant'altro ritenuto necessario).

In ragione del target dei messaggi comunicativi e delle risorse economiche a disposizione della Giunta regionale nel corrente anno, il Piano indica, quindi, allo stato attuale, i mezzi attraverso i quali le informazioni saranno fornite nell'ambito delle materie per le quali si rende necessario provvedere, da un lato, ad individuare le tematiche da pubblicizzare e dall'altro, a programmare le iniziative di comunicazione attraverso i media. Eventuali integrazioni necessarie e/o modifiche al presente Piano di comunicazione formeranno oggetto di un successivo provvedimento della Giunta regionale.

Il Piano non ricomprende le iniziative di comunicazione a carattere pubblicitario in materia di Promozione in quanto previste dal "PTA - Piano Turistico Annuale (L.R. n. 11/2013)", approvato annualmente dalla Giunta regionale, che costituisce il documento di riferimento specifico per le attività del settore turistico: tuttavia ai fini ricognitivo-informativi sono riportati nel predetto Piano gli eventi più rilevanti per l'anno in corso.

Va evidenziato, altresì, che con DGR n. 5 del 4 gennaio 2022, è stato approvato l'avvio di uno specifico Piano regionale di comunicazione a supporto del Piano Regionale Prevenzione (PRP) 2020-2025, destinato alla popolazione generale, contenente anche le azioni necessarie a rafforzare il mantenimento delle misure non farmacologiche di protezione individuale e di igiene respiratoria per la prevenzione del COVID-19.

Per quanto riguarda gli interventi di comunicazione POR Fondo Sociale Europeo (FSE) 2014-2020, come da nota prot. n. 91825 del 28 febbraio 2022 della Direzione Autorità di Gestione FSE, attualmente non è stato possibile fornire la quantificazione delle spese in quanto in fase di pianificazione operativa dell'attività del servizio di ideazione e realizzazione degli interventi 2022-2023, con determinazione dei *budget* annuali.

Il Piano, quindi, prevede per le iniziative di comunicazione complessivamente considerate un totale pari ad Euro 5.628.462,85, così come di seguito ripartito:

- una somma pari ad Euro 1.173.987,63 per le spese di pubblicità (importi oggetto di comunicazione AGCOM), con riferimento alle quali, allo stato attuale, è stato fornito il dettaglio della scelta dei mezzi di comunicazione da utilizzare, come di seguito suddivisi:
 - ◆ per acquisto spazi su emittenti radiofoniche € 116.349,80;
 - ◆ per acquisto spazi su emittenti televisive € 331.072,83;
 - ◆ per acquisto spazi su stampa € 630.451,16;
 - ◆ per acquisto spazi su internet € 96.113,84;
- una somma pari ad Euro 3.520.434,52 per eventi e altre attività (importi esclusi dalle quote AGCOM);

- una quota residuale pari ad Euro 934.040,70, la cui ripartizione è in corso di definizione/articolazione da parte delle Strutture regionali interessate.

Viene quindi demandata ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie e attività individuate nel Piano di Comunicazione per l'anno 2022 l'assunzione, con propri provvedimenti, nell'ambito dei procedimenti amministrativi correlati, degli impegni delle spese come innanzi quantificate, a carico dei fondi stanziati sui pertinenti capitoli del bilancio di previsione 2022-2024, esercizio finanziario corrente, previa comunicazione alla Direzione Comunicazione e Informazione degli stessi provvedimenti attuativi.

Con il presente provvedimento si propone, pertanto, di approvare il Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022, di cui all'**Allegato A**, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.

Il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, il quale dà atto che la struttura competente ha attestato, con i visti rilasciati a corredo del presente atto, l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la Legge 7 giugno 2000, n. 150;

VISTO il Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208;

VISTA la Legge 19 dicembre 2019, n. 157;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 845 del 30 giugno 2020;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 1052 del 3 agosto 2021;

VISTO l'art. 2 c. 2 della Legge Regionale n. 54 del 31 dicembre 2012;

DATO ATTO che il Segretario Generale della Programmazione ha attestato che il Vicedirettore di Area, nominato con DGR n. 1082 del 09/08/2021, ha espresso in relazione al presente atto il proprio nulla osta senza rilievi, agli atti della Segreteria Generale della Programmazione;

delibera

1. di approvare le premesse quale parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di approvare il Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022, di cui all'**Allegato A** parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
3. di dare atto che le spese che le Strutture regionali prevedono di impegnare, per le materie ricomprese nel Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022, si definiscono per l'importo complessivo di Euro 5.628.462,85, così come di seguito ripartito:
 - una somma pari ad Euro 1.173.987,63 per le spese di pubblicità (importi oggetto di comunicazione AGCOM), con riferimento alle quali, allo stato attuale, è stato fornito il dettaglio della scelta dei mezzi di comunicazione da utilizzare, come di seguito suddivisi:
 - ◆ per acquisto spazi su emittenti radiofoniche € 116.349,80;
 - ◆ per acquisto spazi su emittenti televisive € 331.072,83;
 - ◆ per acquisto spazi su stampa € 630.451,16;
 - ◆ per acquisto spazi su internet € 96.113,84;
 - una somma pari ad Euro 3.520.434,52 per eventi e altre attività (importi esclusi dalle quote AGCOM);
 - una quota residuale pari ad Euro 934.040,70, la cui ripartizione è in corso di definizione/articolazione da parte delle Strutture regionali interessate;

4. di demandare ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie e attività individuate nel Piano di Comunicazione per l'anno 2022 l'assunzione, con propri provvedimenti, nell'ambito dei procedimenti amministrativi correlati, degli impegni delle spese di cui al precedente punto 3., a carico dei fondi stanziati sui pertinenti capitoli del bilancio di previsione 2022-2024, esercizio finanziario corrente, previa comunicazione alla Direzione Comunicazione e Informazione degli stessi provvedimenti attuativi;
5. di dare atto che eventuali modifiche e/o integrazioni nel Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2022 formeranno oggetto di un successivo provvedimento della Giunta regionale;
6. di incaricare la Direzione Comunicazione e Informazione dell'esecuzione del presente provvedimento;
7. di pubblicare la presente deliberazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.