

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 704 del 22 giugno 2023

Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2023. 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 2023, 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'adozione 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 tali iniziative di comunicazione, vengono altresì indicati i mezzi di comunicazione che si prevedono di utilizzare e i relativi costi, indipendentemente dalla tipologia di fondi che saranno utilizzati, in capo ai Direttori delle Strutture regionali interessate. Si evidenzia che, 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 dette percentuali, deve essere garantito - nelle Strutture regionali interessate - 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. 172678 del 29 marzo 2023 del Segretario Generale della Programmazione, le Strutture regionali, in coordinamento con i rispettivi Assessorati, hanno manifestato per l'anno 2023 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 2023, di cui all'**Allegato A**, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, sono le seguenti:

- Area Politiche Economiche, Capitale Umano e Programmazione Comunitaria

- Programma FESR
- Programma FSE
- Programma Interreg Central Europe
- Programma Interreg Italia - Austria
- Programma Interreg Italia - Croazia
- Programma Interreg Italia - Slovenia
- Ricerca e Innovazione

- Area Marketing Territoriale, Cultura, Turismo, Agricoltura e Sport

- Biodiversità e Parchi
- Programmazione PSR, FEASR
- Promozione Economica e Marketing territoriale
- Sport
- Turismo

- Area Risorse Finanziarie, Strumentali, ICT ed Enti Locali

- *Green Public Procurement (GPP)* - Compraverde

- 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 2023 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 Economica 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.

Per quanto concerne, il Progetto Milano Cortina 2026 e la realizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici, si propone di proseguire con le azioni già previste nel Piano di comunicazione 2022, di cui alla deliberazione della Giunta regionale n. 1578 del 13 dicembre 2022, in collaborazione con le Strutture regionali interessate per materia e in condivisione con la Fondazione Milano Cortina 2026, finalizzate a dare evidenza ai Giochi e agli eventi correlati mediante la comunicazione istituzionale in qualsiasi forma e con qualunque mezzo (a titolo di esempio: carta stampata, emittenti radiotelevisive, siti internet, biglietti da visita, abbinamento loghi alle firme e alla carta intestata istituzionale, affissioni, banner, social media, gadget, e altro materiale correlato).

Per quanto riguarda, inoltre gli interventi di comunicazione delle seguenti Strutture regionali: Direzione Agroambiente, Programmazione e Gestione Ittica e Faunistico-venatoria; Direzione Lavoro; Direzione Enti locali, Procedimenti elettorali e Grandi eventi; Area Sanità, attualmente non è possibile fornire la quantificazione delle spese, in quanto in fase di pianificazione operativa dell'attività di ideazione degli interventi e determinazione dei *budget* annuali dettagliati, da parte delle Strutture interessate.

Il Piano, quindi, prevede per le iniziative di comunicazione complessivamente considerate un totale pari ad

Euro 5.659.836,77, così come di seguito ripartito:

- una somma pari ad Euro 1.564.905,99 per le spese di pubblicità (importi oggetto di comunicazione ad AGCOM), con riferimento alle quali, allo stato attuale, è stato fornito il dettaglio della scelta dei mezzi di comunicazione da

utilizzare, tenuto conto delle disposizioni dell'art. 49 del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208, TUSMA, come di seguito suddivisi:

- per acquisto spazi su emittenti radiofoniche/televisive locali € 421.655,40;
- per acquisto spazi su emittenti radiofoniche/televisive nazionali € 130.170,00;
- per acquisto spazi su stampa € 794.843,95;
- per acquisto spazi su internet € 218.236,64;

- una somma pari ad Euro 4.094.930,78 per eventi e altre iniziative (importi esclusi dalle quote AGCOM);

Viene quindi demandata ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie e attività individuate nel Piano di Comunicazione per l'anno 2023 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 2023-2025, esercizio finanziario corrente, previa comunicazione alla Direzione Comunicazione e Informazione degli stessi provvedimenti attuativi, tenuto conto delle disposizioni dell'art. 49 del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208, TUSMA.

Con il presente provvedimento si propone, pertanto, di approvare il Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2023, di cui all'**Allegato A**, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, rinviando ad un eventuale successivo provvedimento ogni aggiornamento allo stesso evidenziato da parte delle Strutture regionali interessate.

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. 336 dell'8 aprile 2022;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 1578 del 13 dicembre 2022;

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 2023, 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 2023, si definiscono per l'importo complessivo di Euro 5.659.836,77, così come di seguito ripartito:
 - una somma pari ad Euro 1.564.905,99 per le spese di pubblicità (importi oggetto di comunicazione ad AGCOM), con riferimento alle quali, allo stato attuale, è stato fornito il dettaglio della scelta dei mezzi di comunicazione da utilizzare, tenuto conto delle disposizioni dell'art. 49 del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208, TUSMA,

come di seguito suddivisi:

- per acquisto spazi su emittenti radiofoniche/televisive locali € 421.655,40;
- per acquisto spazi su emittenti radiofoniche/televisive nazionali € 130.170,00;
- per acquisto spazi su stampa € 794.843,95;
- per acquisto spazi su internet € 218.236,64;

- una somma pari ad Euro 4.094.930,78 per eventi e altre iniziative (importi esclusi dalle quote AGCOM);

4. di proseguire con le azioni già previste nel Piano di comunicazione 2022 inerente il Progetto Milano Cortina 2026 e la realizzazione dei Giochi Olimpici e Paralimpici, in collaborazione con le Strutture regionali interessate per materia e in condivisione con la Fondazione Milano Cortina 2026, finalizzate a dare evidenza ai Giochi e agli eventi correlati mediante la comunicazione istituzionale in qualsiasi forma e con qualunque mezzo, giusta deliberazione della Giunta regionale n. 1578 del 13 dicembre 2022;

5. di demandare ai Direttori delle Strutture regionali competenti per le materie e attività individuate nel Piano di Comunicazione per l'anno 2023 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 2023-2025, esercizio finanziario corrente, previa comunicazione alla Direzione Comunicazione e Informazione degli stessi provvedimenti attuativi, tenuto conto delle disposizioni dell'art. 49 del Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 208;

6. di dare atto che eventuali modifiche e/o integrazioni nel Piano di comunicazione a carattere pubblicitario per l'anno 2023 formeranno oggetto di un successivo provvedimento della Giunta regionale;

7. di incaricare la Direzione Comunicazione e Informazione dell'esecuzione del presente provvedimento, mediante trasmissione ufficiale dello stesso alle Strutture regionali interessate;

8. di pubblicare la presente deliberazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.