

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 2 agosto 2018, n. 1430

**Centro media Regionale. Linee di Indirizzo per l'acquisto di spazi pubblicitari per la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionale sul territorio regionale.**

Il Presidente della Giunta Regionale, dr. Michele Emiliano, sulla base dell'Istruttoria espletata dal responsabile della A.P. "Servizi di supporto al Responsabile dell'Informazione e Comunicazione del POR" della Struttura di Staff Servizio Comunicazione Esterna, confermata dalla Dirigente ad interim della stessa Struttura, dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisti e dal Segretario Generale della Presidenza, riferisce quanto segue:

- Con deliberazione della Giunta regionale n. 543 del 24.03.2011 è stato istituito e regolamentato il Centro media Regionale allo scopo di garantire il principio della non discriminazione al fine di assicurare la pluralità delle fonti di informazione.
- il Centro Media è preposto a:
  - definire ed identificare, attraverso l'analisi di mercato, il pubblico di riferimento delle campagne di comunicazione istituzionale poste in essere dalla Regione, allo scopo di stabilire i mezzi di comunicazione più efficaci per raggiungere il target prefissato;
  - monitorare le campagne di comunicazione, verificando che i modi, i tempi e i risultati delle stesse corrispondano a quanto pianificato con la concessionaria pubblicitaria;
  - massimizzare efficacia ed efficienza di tutti gli investimenti sui mezzi da parte dei Servizi e degli Uffici.

**CONSIDERATO CHE:**

- dal 2011 ad oggi lo scenario dei mezzi di informazione è notevolmente mutato sia dal punto di vista normativo che da quello meramente organizzativo;
- la Legge 198/2016 nel dettare nuove norme a sostegno pubblico per il settore dell'editoria e dell'emittenza radiofonica e televisiva locale, ha anche ridefinito alcuni criteri posti a base dell'esercizio dell'attività;
- la Regione Puglia si è dotata della legge regionale n. 3 del 7 febbraio 2018 "Disposizioni per la promozione ed il sostegno pubblico al pluralismo e all'innovazione dell'informazione e della comunicazione regionale.

Alla luce del rinnovato quadro normativo, si reputa opportuno aggiornare il dispositivo del Centro Media, inteso quale sistema di acquisto di spazi pubblicitari per la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionale sul territorio regionale, aggiornando ed adeguando i requisiti soggettivi al nuovo quadro normativo statale e regionale, i criteri di riparto e l'ambito di applicazione così come definiti nell'Allegato A del presente provvedimento.

**Tutto ciò premesso e considerato, si propone:**

- di adottare il Centro media regionale di cui all'Allegato A della presente deliberazione che ne forma parte integrante e sostanziale estendendo il campo di applicazione anche alle Agenzie regionali e società partecipate della Regione Puglia;
- di revocare la deliberazione della Giunta regionale n. 543 del 24.03.2011;
- di stabilire che la responsabilità amministrativa del Centro Media è posta in capo alla Segreteria Generale della Presidenza che la esercita attraverso la struttura di Staff "Comunicazione Esterna";
- di stabilire inoltre che la stessa struttura provvederà all'emissione dell'avviso ed all'istituzione del "Centro media Regionale".

COPERTURA FINANZIARIA ai sensi del D. Lgs n. 118/2011 e ss.mm.ii.

La presente deliberazione non comporta implicazioni di natura finanziaria sia di entrata che di spesa e dalla stessa non deriva alcun onere a carico del bilancio regionale.

Il presente provvedimento è di competenza della Giunta regionale ai sensi dell'art. 4, comma A, lett. k), della L.R. n. 7/97.

Il Presidente dr. Michele Emiliano, sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate propone alla Giunta l'adozione del seguente atto finale.

#### LA GIUNTA

Udita la relazione e la conseguente proposta del Presidente.

Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento dal responsabile della A.P. *"Servizi di supporto ai Responsabile dell'Informazione e Comunicazione del POR"* della Struttura di Staff Servizio Comunicazione Esterna, confermata dalla Dirigente ad interim della stessa Struttura, dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisti e dal Segretario Generale della Presidenza;

A voti unanimi espressi nei modi di legge.

#### DELIBERA

- **Di prendere atto** delle premesse che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- **di istituire** il "Centro Media regionale" i cui compiti e funzioni sono disciplinati nell'allegato a) parte integrante del presente provvedimento;
- **di stabilire** che la responsabilità amministrativa del Centro Media è posta in capo alla Segreteria Generale della Presidenza che la esercita attraverso la struttura di Staff *"Comunicazione Esterna"*;
- **di stabilire** inoltre che la stessa struttura provvederà all'emissione dell'avviso ed all'istituzione del "Centro media Regionale",
- **di stabilire**, altresì, che tutti i Dipartimenti, le Agenzie e le società partecipate della Regione dovranno utilizzare il Centro media per le loro campagne di comunicazione regionali;
- **di revocare** la deliberazione della Giunta regionale n. 543 del 24.03.2011;
- **di disporre** la pubblicazione del presente provvedimento sul Bollettino Ufficiale e sul portale istituzionale della Regione Puglia.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA  
ROBERTO VENNERI

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA  
MICHELE EMILIANO

All. A)

**CENTRO MEDIA REGIONALE****Art. 1****Oggetto e finalità**

Il Centro Media Regionale è il sistema di acquisto regionale di pubblicità istituzionale per la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionali.

Per il tramite del Centro Media, la Regione definisce e identifica, attraverso l'analisi di mercato, il pubblico di riferimento delle campagne di comunicazione poste in essere dall'Ente, allo scopo di stabilire i mezzi di comunicazione più efficaci per raggiungere il target.

Il Centro Media, attraverso l'anagrafica dei media, consente di:

1. analizzare i diversi mezzi di comunicazione e valutare l'audience e i presunti obiettivi dei singoli mezzi;
2. contattare le concessionarie pubblicitarie per definire la campagna contrattando gli spazi, il posizionamento, la rotazione, il numero di uscite e i costi;
3. monitorare le campagne di comunicazione, verificando che i modi, i tempi e i risultati delle stesse corrispondano a quanto pianificato a monte con i media o le concessionarie pubblicitari.

**Art. 2****Governance e Ambito di applicazione**

La responsabilità amministrativa del Centro Media è posta in capo alla Segreteria Generale della Presidenza che la esercita attraverso la struttura di Staff "Comunicazione Esterna".

Le seguenti prescrizioni si applicano a tutti i Dipartimenti della Regione Puglia, nonché ad enti, aziende, società, agenzie, istituzioni, consorzi e organismi comunque denominati, controllati, vigilati e partecipati dalla Regione Puglia nonché ai fornitori di servizi di comunicazione.

Sono escluse dalla presente disciplina le campagne di comunicazione nazionali ed estere.

**Art. 3****Anagrafica dei media**

Il Centro Media regionale è costituito da:

1. Emittenti televisive locali operanti sul digitale terrestre che trasmettono nel territorio pugliese e loro siti web;
2. Emittenti radiofoniche locali operanti via etere (FM) che trasmettono nel territorio pugliese e loro siti web;
3. Quotidiani con diffusione cartacea distribuiti nel territorio pugliese e loro siti web;
4. Periodici con diffusione cartacea distribuiti nel territorio pugliese e loro siti web;
5. Quotidiani on line che pubblicano per almeno l'80% notizie relative al territorio pugliese;
6. Web TV il cui palinsesto è dedicato per almeno l'80% al territorio pugliese;

Sono esclusi dall'Anagrafica dei Media:

- a) i giornali quotidiani e periodici con spazi pubblicitari oltre il 50 per cento;
- b) le pubblicazioni di partiti, di associazioni politiche e sindacali, di enti pubblici;
- c) i siti web i cui prodotti periodici siano occupati da inserzioni o passaggi pubblicitari in misura superiore al 30 per cento dei contenuti;

## Art. 4

## Modalità e requisiti di accesso all'Anagrafe dei Media

L'Anagrafica dei media regionali è aggiornata annualmente. L'elenco dei media iscritti all'anagrafica è pubblico.

Tutti i soggetti che presentano domanda dovranno:

1. essere in possesso dell'iscrizione al Registro Pubblico Operatori di Comunicazione (ROC)
2. avvalersi, per l'attività giornalistica, di almeno una unità di personale iscritta all'Albo dei giornalisti di cui all'articolo 27 della legge 3 febbraio 1963, n. 69 (Ordinamento della professione di giornalista), recante l'ordinamento della professione di giornalista, con rapporto di lavoro disciplinato secondo accordi e contratti collettivi nazionali del settore giornalistico sottoscritti dalla Federazione nazionale stampa italiana (FNSI) e, relativamente alle emittenti radiotelevisive locali, dalla Federazione radio televisioni (FRT) e dall'Associazione degli editori Aeranti-Corallo;
3. essere in possesso di regolarità contributiva INPS, INPGI e, ove previsto INAIL;
4. essere in regola con il pagamento delle imposte e tasse.
5. attestare il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 (Attuazione dell'articolo 1 della legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro), nonché il possesso dei requisiti di sicurezza inerenti le strutture;
6. attestare di non trovarsi in stato di fallimento e di non essere soggetti alle procedure concorsuali e che tali procedure non si siano verificate nell'ultimo quinquennio;
7. attestare l'assenza di provvedimenti e/o azioni esecutive pendenti dinanzi all'Autorità giudiziaria e di procedimenti amministrativi, entrambi aventi a oggetto atti di revoca per indebita percezione di risorse pubbliche.

E' ammessa l'iscrizione attraverso concessionarie di pubblicità; tale circostanza non solleva i Media iscritti dal possesso dei requisiti prescritti.

Eventuali ulteriori requisiti specifici saranno indicati in sede di emanazione dell'avviso pubblico.

## Art. 5

## Criteri di ripartizione risorse

Le risorse previste da ogni singola campagna di Comunicazione saranno così ripartite:

EMITTENTI TELEVISIVE

1. Dati auditel (Ascolto Medio)	30%;
2. Numero di giornalisti dipendenti con regolare contratto	25%;
3. Altri Dipendenti	20%;
4. Posizionamento canale	10%;
5. Copertura territoriale	15%.

EMITTENTI RADIOFONICHE

1. Copertura territoriale	35%;
2. Dati ascolto TER (Tavolo editori radio)	25%;
3. Numero di giornalisti dipendenti con regolare contratto	20%;
4. Altri Dipendenti	15%;
5. Vantaggiosità prezzo spot	5%.

QUOTIDIANI

1. Copertura geografica	30%;
2. Numero copie vendute certificate	30%;
3. Numero lettori certificati	30%;
4. Numero giornalisti a contratto	10%.

PERIODICI

1. Copertura geografica	30%;
2. Numero copie vendute certificate	30%;
3. Numero lettori certificati	30%;
4. Numero giornalisti a contratto	10%.

QUOTIDIANI ON LINE

1. Contatti giornalieri annui certificati	50%;
2. Numero giornalisti a contratto	30%
3. Numero dipendenti a contratto	20%.

WEB TV

1. Contatti giornalieri certificati	50%;
2. Numero giornalisti a contratto	30%.
3. Numero dipendenti a contratto	20%.

## Art. 6

## Modalità di acquisizione servizi

Le strutture deputate all'attivazione di campagne di comunicazione attraverso l'acquisto di spazi, di cui all'art. 2, procedono direttamente o attraverso il Servizio Comunicazione Esterna allo sviluppo della pianificazione delle campagne di comunicazione su tutti o su alcuni mezzi iscritti comunicando l'ammontare delle risorse proprie da investire.

La somma destinata alla campagna di comunicazione viene ripartita tra i soggetti iscritti al Centro media secondo i criteri di riparto indicati dall'articolo 5 e l'esito di tale ripartizione viene comunicata ai soggetti iscritti al fine di ricevere un offerta di acquisto in relazione al budget assegnato.

In caso di congruità dell'offerta si procede alla contrattualizzazione del servizio ai sensi della normativa vigente secondo quanto previsto dagli artt. 36, comma 2, lett. a) e 63, comma 2, lett. b), punto 3) del d.lgs. n. 50/2016 (codice gli Appalti).

Il presente allegato, composto da n. 3 pagine,  
è parte integrante del provvedimento  
Codice CIFRA: SEG/DEL/2018/00019

La Dirigente del Servizio  
Dott.ssa Antonella Bisceglia

