

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 26 aprile 2021, n. 657

**Campagne di Comunicazione Istituzionale e Acquisto servizi per la comunicazione. Direttive alle Strutture regionali.**

Il Presidente della Giunta Regionale, dr. Michele Emiliano, sulla base dell'istruttoria espletata dalla P.O. "Servizi di supporto al Responsabile dell'Informazione e Comunicazione del POR - Responsabile di Sub-Azione 13.1.b" della Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale, confermata dalla Dirigente della Struttura di Staff Comunicazione Istituzionale e URP e dalla Direttrice della Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale, riferisce quanto segue:

**Premesso che:**

- La legge 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" nel **riconoscere la comunicazione come elemento qualificante** del sistema di relazioni tra amministrazioni e cittadini ne definisce l'orizzonte di riferimento per le attività di informazione e comunicazione istituzionale nella trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa.
- A questo scopo, il comma 4 dell'art. 1 della Legge, distingue tra le attività di informazione e le attività di comunicazione realizzate dalle amministrazioni pubbliche.
- La Regione Puglia, con decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 554 del 24.09.2018 al fine di presidiare le attività di comunicazione ha inteso istituire la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale, con la funzione di accrescere l'efficienza e l'efficacia comunicativa della Regione Puglia, anche attraverso la gestione e il monitoraggio dei brand riconosciuti e patrocinati dall'Ente Regionale e il coinvolgimento di tutti gli attori del sistema socio-economico pugliese nei processi decisionali dell'amministrazione, sviluppando con essi, attraverso un'architettura condivisa, paritaria e partecipata, un dialogo continuo, dinamico, flessibile e multiforme, utile per il territorio regionale in termini anche di supporto alla programmazione.
- Per adempiere alle funzioni istituzionalmente assegnate, la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale, si è dotata di una serie di strumenti amministrativi e operativi, con l'obiettivo di sviluppare e costruire una efficace immagine, di una valida informazione ai mezzi di comunicazione di massa, di una efficiente comunicazione interna e di una opportuna comunicazione rivolta ai cittadini.
- Si fa riferimento, tra gli altri:
  - alla istituzione del Centro Media Regionale quale, **sistema di acquisto regionale degli spazi pubblicitari** cartacei, televisivi, radiofonici e online per la diffusione di campagne di comunicazione istituzionale di cui alla deliberazione di Giunta Regionale n. 1430 del 2 agosto 2018;
  - all'Accordo Quadro Comunicazione di cui alla Determina dirigenziale n. 51 adottata in data 20.12.2018 dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisiti ed aggiudicata con determinazione del Direttore Generale di InnovaPuglia, n. 27 del 17.03.2020, inteso quale sistema di programmazione integrata e razionalizzazione dei costi in materia di servizi di comunicazione.
- Entrambi gli strumenti sono concepiti non solo in funzione dell'obiettivo della verifica e della razionalizzazione dei costi richiesta dalla legislazione vigente, ma anche in funzione di una armonizzazione e omogeneizzazione dell'immagine dell'Amministrazione regionale e dei messaggi che intende veicolare alla cittadinanza in generale, che devono essere garantiti dal coordinamento della Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale.

Con il presente provvedimento, si intende, pertanto, fornire indirizzi alle strutture regionali in ordine ai procedimenti di acquisto spazi pubblicitari e acquisto servizi di comunicazione, come di seguito indicato.

### 1. Campagne di comunicazione ed acquisto spazi pubblicitari

- ✓ La Regione Puglia con delibera n. 1430 del 2 agosto 2018 ha istituito il Centro Media Regionale che è il **sistema di acquisto regionale degli spazi pubblicitari** cartacei, televisivi, radiofonici e online per la diffusione di campagne di comunicazione istituzionale.
- ✓ Attraverso l'anagrafica dei media, il Centro Media:
  - ✗ analizza i diversi canali di comunicazione e valuta l'audience dei singoli mezzi;
  - ✗ contatta le concessionarie pubblicitarie per definire la diffusione delle campagne contrattando gli spazi, il posizionamento, la rotazione, il numero di uscite e i costi;
  - ✗ monitora l'andamento delle 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 pubblicitarie.
- ✓ La pubblicità istituzionale è disciplinata dal Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante "*Testo unico della radiotelevisione*", di seguito denominato TUSMAR, e in particolare dai commi 1 e 3 dall'art. 41 che coinvolge i seguenti aspetti: soggetti che la eseguono, destinatari, finalità perseguite, somme impegnabili, obblighi formali e sostanziali da rispettare.
- ✓ Il sopra citato art. 41 dispone quanto di seguito:
  - ✗ 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 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;
  - ✗ Le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici sono tenuti a dare comunicazione all'Autorità dal 1° al 30 settembre di ogni anno delle somme che hanno impegnato per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa ai fini di pubblicità istituzionale: in tale comunicazione devono essere indicate le percentuali relative alle spese dell'ultimo esercizio finanziario concluso sulla base dei modelli telematici predisposti delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa (comma 2).
  - ✗ Ai fini dell'attuazione delle disposizioni di cui ai commi 1 e 2 nonché al presente comma, le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici nominano un responsabile del procedimento (comma 3) che risponde sia della comunicazione dei dati di spesa all'Autorità che del rispetto delle percentuali di destinazione previste ed è sottoposto a sanzione amministrativa pecuniaria da euro 1.040 ad euro 5.200 in ipotesi di mancato o inesatto adempimento dei predetti obblighi (e salvo il caso che l'inadempimento o l'inesatto adempimento sia riconducibile a causa a lui non imputabile).

La direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009, contenente "*Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*", fornisce, inoltre, un orientamento unitario alle amministrazioni per il corretto adempimento degli obblighi previsti, in merito a:

#### Le somme "impegnabili"

- A titolo di pubblicità istituzionale possono essere impegnate somme per l'acquisto, a titolo oneroso, di

qualunque spazio destinato a veicolare avvisi o messaggi mediante l'impiego di mezzi di comunicazione di massa.

- Questi ultimi comprendono: stampa quotidiana e periodica anche in forma elettronica, internet, radio e televisione, sale cinematografiche, reti mobili di comunicazione elettronica, pubbliche affissioni (ad eccezione del caso in cui sia svolta su spazi di proprietà dello stesso soggetto pubblico).
- Non costituiscono invece pubblicità istituzionale e, dunque, non possono essere conteggiate a tale titolo, le spese derivanti da avvisi obbligatori (ad esempio per la pubblicazione del bilancio, avvisi di gara, bandi di concorsi) - in osservanza di obblighi di legge oppure al fine di rendere pubblici atti e procedure concorsuali - le spese sostenute per acquistare spazi in seguito a provvedimenti amministrativi emanati per ragioni di necessità ed urgenza (come ordinanze rivolte ai cittadini) e le spese sostenute per la stampa di manifesti, depliant, le spese per la creatività, quelle tipografiche, cartacee ed informatiche, quelle per la produzione e l'edizione di testate giornalistiche, per convegni o eventi, per sponsorizzazioni e per la partecipazione a fiere, mercati e mostre.

### **Il calcolo delle percentuali**

- Il valore complessivo delle spese sostenute da ciascuna amministrazione per l'acquisto di spazi a fini di comunicazione istituzionale costituisce il totale su cui calcolare le quote di destinazione previste dall'art. 41 TUSMAR. Infatti, il primo comma dell'articolo prevede che, delle somme impegnate a fini di pubblicità istituzionale, specifiche percentuali siano destinate all'emittenza radiotelevisiva privata locale ed alla stampa: nello specifico, almeno il 15% a favore della prima ed almeno il 50% a favore della seconda.
- Nella percentuale riservata all'emittenza radiotelevisiva privata locale devono essere incluse tutte le spese sostenute per l'acquisto di spazi sulle emittenti operanti nei Paesi membri dell'Unione Europea che abbiano le seguenti caratteristiche:
  - ambito locale radiofonico, ovvero irradiazione del segnale fino ad una copertura massima di quindici milioni di abitanti;
  - ambito locale televisivo, ovvero diffusione in uno o più bacini, purché non superiori a dieci e con copertura complessiva inferiore al 50% della popolazione nazionale.
- Nella percentuale riservata alla stampa, invece, devono essere incluse le spese per l'acquisto di spazi su quotidiani e periodici, anche in formato elettronico, diffusi al pubblico nei territori dei Paesi membri dell'Unione Europea.
- Ai fini del conteggio del 50% possono essere inclusi anche gli acquisti di spazi per la pubblicità istituzionale sulle testate italiane all'estero, in relazione al tipo di messaggio ed ai destinatari (come previsto dall'art. 13, comma 3, della legge n. 150/2000).
- Per quanto riguarda il periodo di riferimento per il calcolo delle menzionate percentuali, vanno conteggiate tutte le spese impegnate durante l'esercizio finanziario coincidente con l'anno solare, per le quali sia stata assunta un'obbligazione giuridicamente perfezionata.

### **Al fine di:**

- ✓ ottemperare alle disposizioni del Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante "Testo unico della radiotelevisione", e in particolare dai commi 1, 3 e 5 dall'art. 41, si rende necessario adottare le seguenti direttive per consentire all'Amministrazione regionale di ottemperare alle disposizioni della legge e non incorrere nelle sanzioni ivi previste:

- ✗ ogni centro di spesa, secondo i principi di autonomia e responsabilità, prima di attivare una campagna di comunicazione trasmetterà alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale la programmazione della stessa con la proposta grafica, l'indicazione del budget assegnato suddiviso per mezzi di informazione (carta stampata, Tv, Radio, Web);
- ✗ la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale verificherà il rispetto dei vincoli previsti dal D.L.vo 177 e la coerenza con l'identità visiva regionale e confermerà o proporrà rimodulazioni;
- ✗ la Struttura regionale interessata darà menzione dell'attestazione di conformità nell'atto di impegno nella sezione Dichiarazioni e attestazioni degli "Adempimenti Contabili";
- ✗ la Sezione Ragioneria non procederà ad emettere il visto di regolarità contabile in mancanza di tale adempimento.

**Si dispone** che il Responsabile del procedimento sia individuato nel dirigente pro-tempore della Struttura di Staff Comunicazione Istituzionale e URP.

## 2. Acquisto e servizi per la comunicazione

- ✓ L'Accordo Quadro Comunicazione comprende il macro-servizio di comunicazione e organizzazione eventi, articolato in 13 categorie di servizi, dettagliatamente descritte nel Capitolato.
- ✓ In sintesi, con il termine "*Evento*" nell'ambito del citato AQ, sono designate tutte le attività di comunicazione istituzionale e promozione degli enti quali (a titolo esemplificativo): identità visiva, realizzazione campagne di comunicazione, cerimonie, eventi culturali, manifestazioni fieristiche, mostre, premiazioni e concorsi, spettacoli, incontri e riunioni, convegni, dibattiti, workshop, road show, fiere B2B e B2C.
- ✓ All'Accordo Quadro possono aderire gli Enti e le Amministrazioni del Sistema Integrato Acquisti, come da Deliberazione della Giunta regionale 21 dicembre 2017, n. 2259 e successiva Deliberazione della Giunta regionale 19 giugno 2018, n. 1020 che integra la precedente, aventi sede legale nella Regione Puglia.

La procedura di attivazione prevede quanto segue:

- a) le amministrazioni appaltanti che intendono indire un appalto specifico o procedere ad affidamento diretto sono tenute a inviare una **comunicazione di adesione** recante l'importo massimo di spesa e il lotto di riferimento, tramite PEC all'indirizzo (fabbisogni.empulia@pec.rupar.puglia.it). Tale obbligo permetterà al Soggetto Aggregatore di verificare che non siano superati i massimali di importo previsti per ciascun Lotto e, nel caso, InnovaPuglia comunicherà all'amministrazione appaltante, tramite PEC, i motivi che ostano all'affidamento;
- b) al fine di assicurare la coerenza strategica e creativa di tutte le azioni messe in essere dall'Amministrazione, le strutture regionali dovranno contestualmente inviare la comunicazione sub a) alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale della Regione Puglia che, metterà a disposizione il suo staff per accompagnare gli enti nella migliore definizione del proprio fabbisogno specifico.

**Per tutto quanto sopra esposto**, al fine di dare seguito agli indirizzi sopra esposti, con il presente provvedimento **si rende necessario**:

- **stabilire** che, al fine di ottemperare alle disposizioni del Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
  1. ogni centro di spesa, secondo i principi di autonomia e responsabilità, prima di attivare una campagna di comunicazione trasmetterà alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale la programmazione della stessa con la proposta grafica, l'indicazione del budget assegnato suddiviso per mezzi di informazione (carta stampata, Tv, Radio, Web);

2. la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale verificherà il rispetto dei vincoli previsti dal D.L.vo 177 e la coerenza con l'identità visiva regionale e confermerà o proporrà rimodulazioni;
  3. la Struttura regionale interessata darà menzione dell'attestazione di conformità nell'atto di impegno nella sezione Dichiarazioni e attestazioni degli "Adempimenti Contabili";
  4. la Sezione Ragioneria non procederà ad emettere il visto di regolarità contabile in mancanza di tale adempimento.
- **Disporre** che il Responsabile del procedimento sia individuato nel dirigente pro-tempore della Struttura di Staff Comunicazione Istituzionale e URP.
  - **Stabilire** che le Strutture regionali utilizzino per l'acquisto dei servizi di comunicazione le procedure di cui all'accordo Quadro Comunicazione attivato con la Determina dirigenziale n. 51 adottata in data 20.12.2018 dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisiti ed aggiudicato con determinazione del Direttore Generale di InnovaPuglia, n. 27 del 17.03.2020, inteso quale sistema di programmazione integrata e razionalizzazione dei costi in materia di servizi di comunicazione.
  - **Demandare** alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale di accompagnare le Strutture regionali nella migliore definizione del proprio fabbisogno specifico.
  - **Pubblicare** il presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia e sul sito ufficiale della Regione Puglia [www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it) nella sezione "Amministrazione Trasparente".

#### GARANZIE DI RISERVATEZZA

La pubblicazione sul BURP, nonché la pubblicazione all'Albo o sul sito istituzionale, salve le garanzie previste dalla legge 241/1990 in tema di accesso ai documenti amministrativi, avviene nel rispetto della tutela della riservatezza dei cittadini secondo quanto disposto dal Regolamento UE n. 679/2016 in materia di protezione dei dati personali, nonché dal D.lgs. 196/2003 ss.mm.ii., ed ai sensi del vigente Regolamento regionale 5/2006 per il trattamento dei dati sensibili e giudiziari, in quanto applicabile. Ai fini della pubblicità legale, il presente provvedimento è stato redatto in modo da evitare la diffusione di dati personali identificativi non necessari ovvero il riferimento alle particolari categorie di dati previste dagli articoli 9 e 10 del succitato Regolamento UE.

Copertura Finanziaria D.lvo 118/2011
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 Presidente relatore, sulla base delle risultanze istruttorie e delle motivazioni innanzi espresse, ai sensi dell'art. 4, comma 4, lettera k) della L.R. 4 febbraio 1997, n. 7, propone alla Giunta:

1. **di fare** propria la relazione suesposta, che qui si intende integralmente riportata;
2. **di stabilire** che, al fine di ottemperare alle disposizioni del Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
  - ogni centro di spesa, secondo i principi di autonomia e responsabilità, prima di attivare una campagna di comunicazione trasmetterà alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale la programmazione della stessa con la proposta grafica, l'indicazione del budget assegnato suddiviso per mezzi di informazione (carta stampata, Tv, Radio, Web);
  - la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale verificherà il rispetto dei vincoli previsti dal D.L.vo 177 e la coerenza con l'identità visiva regionale e confermerà o proporrà rimodulazioni;

- la Struttura regionale interessata darà menzione dell'attestazione di conformità nell'atto di impegno nella sezione Dichiarazioni e attestazioni degli "Adempimenti Contabili";
- la Sezione Ragioneria non procederà ad emettere il visto di regolarità contabile in mancanza di tale adempimento.

- 3. di disporre** che il Responsabile del procedimento sia individuato nel dirigente pro-tempore della Struttura di Staff Comunicazione Istituzionale e URP;
- 4. di stabilire** che le Strutture regionali utilizzino per l'acquisto dei servizi di comunicazione le procedure di cui all'accordo Quadro Comunicazione attivato con la Determina dirigenziale n. 51 adottata in data 20.12.2018 dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisiti ed aggiudicato con determinazione del Direttore Generale di InnovaPuglia, n. 27 del 17.03.2020, inteso quale sistema di programmazione integrata e razionalizzazione dei costi in materia di servizi di comunicazione;
- 5. di demandare** alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale di accompagnare le Strutture regionali nella migliore definizione del proprio fabbisogno specifico.
- 6. di pubblicare** il presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia e sul sito ufficiale della Regione Puglia [www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it) nella sezione "Amministrazione Trasparente".

I sottoscritti attestano che il procedimento istruttorio loro affidato, è stato espletato nel rispetto della vigente normativa regionale, nazionale e comunitaria e che il presente schema di provvedimento, dagli stessi predisposto ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte della Giunta Regionale, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il Responsabile P.O.  
Sergio Todisco

La Dirigente ad interim della Struttura di Staff  
Comunicazione Istituzionale e URP  
Antonella Bisceglia

La Direttrice della Struttura Speciale Comunicazione istituzionale, non ravvisa la necessità di esprimere sulla proposta di delibera osservazioni.  
Antonella Bisceglia

Il Presidente  
Michele Emiliano

#### LA GIUNTA

- Udita la relazione e la conseguente proposta del Presidente;
- Viste le sottoscrizioni apposte in calce alla presente proposta di provvedimento;
- A voti unanimi espressi nei modi di legge.

**DELIBERA**

- **di fare** propria la relazione suesposta, che qui si intende integralmente riportata;
- **di stabilire** che, al fine di ottemperare alle disposizioni del Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
  - ogni centro di spesa, secondo i principi di autonomia e responsabilità, prima di attivare una campagna di comunicazione trasmetterà alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale la programmazione della stessa con la proposta grafica, l'indicazione del budget assegnato suddiviso per mezzi di informazione (carta stampata, Tv, Radio, Web);
  - la Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale verificherà il rispetto dei vincoli previsti dal D.L.vo 177 e la coerenza con l'identità visiva regionale e confermerà o proporrà rimodulazioni;
  - la Struttura regionale interessata darà menzione dell'attestazione di conformità nell'atto di impegno nella sezione Dichiarazioni e attestazioni degli "Adempimenti Contabili";
  - la Sezione Ragioneria non procederà ad emettere il visto di regolarità contabile in mancanza di tale adempimento.
- **di disporre** che il Responsabile del procedimento sia individuato nel dirigente pro-tempore della Struttura di Staff Comunicazione Istituzionale e URP;
- **di stabilire** che le Strutture regionali utilizzino per l'acquisto dei servizi di comunicazione le procedure di cui all'accordo Quadro Comunicazione attivato con la Determina dirigenziale n. 51 adottata in data 20.12.2018 dal Dirigente della Sezione Gestione Integrata Acquisiti ed aggiudicato con determinazione del Direttore Generale di InnovaPuglia, n. 27 del 17.03.2020, inteso quale sistema di programmazione integrata e razionalizzazione dei costi in materia di servizi di comunicazione;
- **di demandare** alla Struttura Speciale Comunicazione Istituzionale di accompagnare le Strutture regionali nella migliore definizione del proprio fabbisogno specifico;
- **di pubblicare** il presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia e sul sito ufficiale della Regione Puglia [www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it) nella sezione "Amministrazione Trasparente".

**IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA**

GIOVANNI CAMPOBASSO

**IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA**

MICHELE EMILIANO