

J. E. G

IMMEDIATA ESECUTIVITÀ

La presente deliberazione viene affissa il 21 DIC. 2005 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



# PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 866 del 25 NOV. 2005

**Oggetto: PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2006. PROVVEDIMENTI.**

L'anno duemilacinque il giorno Venerdì del mese di Novembre presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

- |                        |                     |                   |                |
|------------------------|---------------------|-------------------|----------------|
| 1) On.le Carmine       | <b>NARDONE</b>      | - Presidente      | _____          |
| 2) Rag. Giovanni       | <b>MASTROCINQUE</b> | - Vice Presidente | _____          |
| 3) Rag. Alfonso        | <b>CIERVO</b>       | - Assessore       | _____          |
| 4) Ing. Pompilio       | <b>FORGIONE</b>     | - Assessore       | _____          |
| 5) Dott. Pasquale      | <b>GRIMALDI</b>     | - Assessore       | _____          |
| 6) Dott. Giorgio Carlo | <b>NISTA</b>        | - Assessore       | _____          |
| 7) Dr. Carlo           | <b>PETRIELLA</b>    | - Assessore       | _____          |
| 8) Dr. Rosario         | <b>SPATAFORA</b>    | - Assessore       | _____          |
| 9) Geom. Carmine       | <b>VALENTINO</b>    | - Assessore       | <u>ASSENTE</u> |

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Gianclaudio IANNELLA \_\_\_\_\_

L'ASSESSORE PROPONENTE [Signature]

## LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Servizi al cittadino istruita da Antonio De Lucia, qui di seguito trascritta:

**Letto** il rapporto n. 10445 del 3.11.2005 del responsabile dell'U.O. Comunicazione ed immagine ad oggetto: "Piano della comunicazione 2006 della Provincia di Benevento ai sensi: 1) Legge 7 giugno 2000, n. 150, art. 12; 2) Legge n. 112 del 3.5.2004, artt. 7,10,11 e 12; 3) Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni del 7 marzo 2005";

**Visti:**

- ✓ l'articolo 12 della legge 7 giugno 2000, n. 150, concernente "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni";
- ✓ gli artt. 7, 10,11 e 12 della legge 3 maggio 2004 n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione". Tali articoli impongono, tra l'altro, che le somme impegnate ai fini della pubblicità istituzionale sulle reti radio-televisive locali abbia importo pari al 15% del totale delle spese previste per la comunicazione istituzionale dell'ente e che sia effettuata la rendicontazione entro il 31 marzo di ogni anno;
- ✓ la Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni n. 13)/05/CONS del 7 marzo 2005 (in GU n. 67 del 22.3.2005) recante "Informativa economica di sistema. Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie degli enti pubblici";
- ✓ la Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27 settembre 2000 concernente: "Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato";

- √ la Circolare 13 marzo 2001, n.3/2001 della Presidenza del Consiglio dei Ministri Dipartimento della Funzione Pubblica, avente ad oggetto: "Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti Web delle pubbliche amministrazioni";
- √ la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 su "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" ed, in particolare, al punto 3 avente ad oggetto: "Modalità operative: il coordinamento degli strumenti della comunicazione";
- √ il "Codice deontologico e di buona condotta dei comunicatori pubblici" del gennaio 2003 della Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale;
- √ gli Indirizzi di governo dell'Amministrazione in carica della Provincia di Benevento approvati dal Consiglio provinciale di Benevento in data 16 giugno 2003 con atto n. 69.

**Preso atto ed evidenziato** che gli artt. 7, 10,11 e 12 della citata legge n. 112/04 impongono l'altro, che le somme impegnate ai fini della pubblicità istituzionale sulle reti radio-televisive locali abbia importo pari al 15% del totale delle spese previste per la comunicazione istituzionale dell'ente e che sia effettuata la rendicontazione entro il 31 marzo di ogni anno;

**Tenuto conto** che il citato rapporto n. 10445/2005 sul Piano di Comunicazione 2006 prevede:  
1) l'istituzione di un capitolo di spesa nel Bilancio 2006 con la seguente intestazione: "Comunicazione istituzionale" con una provvista di € 100.000,00 (centomila), così distinta:

Voce di spesa	Importo in €
Pubblicità istituzionale su Organi di Stampa nazionali (inserzioni per gare d'appalto e Avvisi)	50.000,00
Abbonamento ANSA nazionale	20.000,00
Pubblicità sulla Stampa ed emittenti locali	30.000,00
<b>SOMMANO</b>	<b>100.000,00</b>

- 2) L'U.O. Comunicazione ed immagine, unitamente al Settore Finanze e controllo economico, provvede alla rendicontazione delle spese sostenute ai sensi della legge n. 112/2004;
- 3) tutti i Settori, una volta individuata la necessità di comunicazione, richiedono la predisposizione degli atti relativi alla U.O. all'interno del budget finanziario disponibile, così come risulta dal PEG, le risorse finanziarie atte a supportare la comunicazione del progetto e/o progetti di cui occorre dare comunicazione esterna;
- 4) le strategie della comunicazione istituzionale e le regole di metodo cui attenersi;

**Valutata** l'opportunità di approvare il Piano della Comunicazione 2006;

**Si propone:**

1. approvare il Piano della Comunicazione 2006 di cui alla nota n. 10445 del 3.11.2005 del responsabile dell'U.O. Comunicazione ed immagine ad oggetto: "Piano della comunicazione 2006 della Provincia di Benevento ai sensi: 1) Legge 7 giugno 2000, n. 150, art. 12; 2) Legge n. 112 del 3.5.2004, artt. 7,10,11 e 12; 3) Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni del 7 marzo 2005", Piano allegato al presente Verbale;
2. dare atto della necessità di istituire un capitolo di spesa nel Bilancio 2006 con la seguente intestazione: "Comunicazione istituzionale" con una provvista di € 100.000,00 (centomila);
3. onerare il Settore Finanze e Controllo Economico di tutti i provvedimenti consequenziali relativamente al punto n. 2 che precede;
4. onerare tutti i Dirigenti all'osservanza delle disposizioni contenute nel Piano della Comunicazione 2006;
5. onerare il responsabile dell'U.O. Comunicazione ed immagine di tutti i provvedimenti consequenziali.

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Lì \_\_\_\_\_

**Il Dirigente del Settore**  
**(dott.ssa Patrizia Taranto)**



Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta.

Li \_\_\_\_\_

**Il Dirigente del Settore  
FINANZE E CONTROLLO ECONOMICO  
(Dr. Sergio MUOLLO)**

**LA GIUNTA**

Su parere favorevole dell'Assessore relatore PRESIDENTE

**DELIBERA**

- 1) la premessa è parte integrante e sostanziale del presente dispositivo e forma criterio prevalente di interpretazione;
- 2) approvare il Piano della Comunicazione 2006 di cui alla nota prot. n. 10445 del 3.11.2005 del responsabile dell'U.O. Comunicazione ed immagine ad oggetto: "Piano della comunicazione 2006 della Provincia di Benevento ai sensi: 1) Legge 7 giugno 2000, n. 150, art. 12; 2) Legge n. 112 del 3.5.2004, artt. 7,10,11 e 12; 3) Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni del 7 marzo 2005", allegato al presente Verbale quale parte integrante e sostanziale;
- 3) dare atto della necessità di istituire un capitolo di spesa nel Bilancio 2006 con la seguente intestazione: "Comunicazione istituzionale" con una provvista di € 100.000,00 (centomila);
- 4) onerare il Settore Finanze e Controllo Economico di tutti i provvedimenti consequenziali relativamente al punto n. 2 che precede;
- 5) onerare tutti i Dirigenti all'osservanza delle disposizioni contenute nel Piano della Comunicazione 2006;
- 6) onerare il responsabile dell'U.O. Comunicazione ed immagine di tutti i provvedimenti consequenziali.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

**IL SEGRETARIO GENERALE**

(Dr. Gianclaudio IANNELLA)

**IL PRESIDENTE**

(On. Carmine NARDONE)

N. 1068

**Registro Pubblicazione**

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 124 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n.267.

**BENEVENTO** -1 DIC. 2005

IL MESSO

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
IL SEGRETARIO GENERALE  
(Eto Dott. Gianclaudio IANNELLA)

La sujestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data -1 DIC. 2005 e contestualmente comunicata ai Capigruppo ai sensi dell'art. 125 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267.

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 124 del T.U. - D.Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 e avverso la stessa non sono stati sollevati rilievi nei termini di legge.

li 21 DIC. 2005

**IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO**

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
IL SEGRETARIO GENERALE  
(Fto Dott. Gianclaudio IANNELLA)

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 il giorno 21 DIC 2005

- Dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, D Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- Decorsi 10 giorni dalla sua pubblicazione (art. 134, comma 3, D Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- E' stata revocata con atto n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

Benevento li, 21 DIC 2005

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

**Copia per**

- SETTORE Servizi Ordinari il 10556 prot. n. \_\_\_\_\_
- SETTORE Finanza e C/c il 5.12.05 prot. n. \_\_\_\_\_
- SETTORE Tutti i Dipendenti il 10542 prot. n. \_\_\_\_\_
- Revisori dei Conti De De Dese il 5.12.05 prot. n. \_\_\_\_\_
- Nucleo di Valutazione il \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_
- Conferenza dei Capigruppo il \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_

Esec-11129  
27-12-05



**PROVINCIA di BENEVENTO**  
 Unità Operativa Comunicazione ed Immagine



Provincia di Benevento  
 AOO: Prot. Generale

Registro Protocollo Uscita  
 Nr. Prot. 0010445 Data 03/11/2005

Oggetto PIANO DI COMUNICAZIONE 21  
 DELLA PROV. DI BN

Dest. n.d.

PROVINCIA DI BENEVENTO SEZIONE SERVIZI AL CITTADINO	
N. 95/05	Data arrivo 08 NOV. 2005

Sig. Presidente

Sig. Dirigente Settore servizi al cittadino

SEDE

Oggetto:

PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2006 DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO ai sensi: 1) Legge 7 giugno 2000, n. 150, art. 12; 2) Legge n. 112 del 3.5.2004, artt. 7,10,11 e 12; 3) Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni del 7 marzo 2005.

### 1. Generalità

Il Piano della Comunicazione 2006 della Provincia di Benevento è uno strumento per la *e-democracy*, secondo i criteri della efficacia e della ottimizzazione delle risorse economiche disponibili. Come previsto dalla legge 150/2000, il Piano vuole garantire una politica coordinata della comunicazione istituzionale basata su obiettivi strategici, valori condivisi e sull'utilizzo di un'immagine grafica coordinata.

Il Piano della Comunicazione 2006 si basa sul presupposto che un rapporto di scambio di informazioni sempre più efficace tra ente e cittadini costituisca la premessa indispensabile per uno sviluppo democratico del territorio a garanzia della generali esigenze di trasparenza nel procedimento amministrativo. Il fine del Piano della Comunicazione 2006 è conferire alle attività di comunicazione esterna ed interna della Provincia il massimo di utilità ed efficacia, nel rispetto del prestigio dell'Istituzione e per evidenziare le attività dell'Amministrazione attiva. Il Piano della Comunicazione 2006 contiene la definizione degli obiettivi e della strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, *on line*, pubblicitaria ecc.); la descrizione delle singole azioni con l'indicazione dei tempi di realizzazione; la scelta dei mezzi di diffusione e la individuazione delle risorse finanziarie nel PEG; la pianificazione delle attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni (sia *in itinere* al progetto, sia *ex post*). Il fine del Piano della Comunicazione 2006 è conferire alle attività di comunicazione esterna ed interna della Provincia il massimo di utilità ed efficacia, nel rispetto del prestigio dell'Istituzione e per evidenziare le attività dell'Amministrazione attiva.

### 2. Norme

Il Piano è redatto in base:

- √ all'articolo 12 della legge 7 giugno 2000, n. 150, concernente "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni";
- √ agli artt. 7, 10,11 e 12 della legge 3 maggio 2004 n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.a., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione". Tali articoli impongono, tra l'altro, che le somme impegnate ai fini della pubblicità istituzionale sulle reti radio-televisive locali abbia importo pari al 15% del totale delle spese previste per la comunicazione istituzionale dell'ente e che sia effettuata la rendicontazione entro il 31 marzo di ogni anno
- √ alla Delibera Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni n. 13)/05/CONS del 7 marzo 2005 (in GU n. 67 del 22.3.2005) recante "Informativa economica di sistema. Obbligo di comunicazione delle spese pubblicitarie degli enti pubblici";

*V. M. P.*  
*M. De Lucia*



- √ alla Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27 settembre 2000 concernente: "Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato";
- √ alla Circolare 13 marzo 2001, n.3/2001 della Presidenza del Consiglio dei Ministri Dipartimento della Funzione Pubblica, avente ad oggetto: "Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti Web delle pubbliche amministrazioni";
- √ alla Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 su "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" ed, in particolare, al punto 3 avente ad oggetto: "Modalità operative: il coordinamento degli strumenti della comunicazione";
- √ al "Codice deontologico e di buona condotta dei comunicatori pubblici" del gennaio 2003 della Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale;
- √ agli Indirizzi di governo dell'Amministrazione in carica approvati dal Consiglio provinciale di Benevento in data 16 giugno 2003 con atto n. 69.

### **3. Il "Feedback" dei cittadini.**

Per il conseguimento degli obiettivi di efficacia del Piano, si è tenuto conto di una valutazione, ancorché empirica, del grado di percezione della qualità e valenza degli strumenti di comunicazione verso la popolazione. Infatti in ogni rapporto di comunicazione ciò che viene in rilievo è la "risposta" o il "feedback" all'emissione del segnale da parte dell'Emittente: in altri termini, il cuore del rapporto della comunicazione è la verifica dell'effettiva ricezione del messaggio stesso e la reazione del ricevente allo stimolo. Il "feedback", nel nostro caso, deve tener presente, in particolare:

1. le abitudini dei cittadini sanniti circa l'accesso agli strumenti dell'informazione con riferimento, soprattutto, alle attività della Provincia;
2. la qualità percepita circa i differenti strumenti di comunicazione utilizzati;
3. il grado di conoscenza e apprezzamento (chiarezza, reperibilità, completezza delle informazioni, ecc.) ed al livello di affidabilità che i cittadini attribuiscono ai diversi mezzi di comunicazione sia dell'ente che privati (radio-tv, giornali, ecc.).

In tale contesto assume particolare valore l'impegno ad uniformare e coordinare la comunicazione pubblica istituzionale della Provincia di Benevento che deve rispondere alla necessità di:

- a) fornire ai cittadini un'immagine univoca e quindi meglio riconoscibile rispetto alle diversificate e multiformi iniziative e servizi resi dalla Provincia;
- b) abbattere i costi;
- c) verificare la soddisfazione degli "utenti" ed ascoltare i loro bisogni, lamenti, critiche, proposte, suggerimenti, etc. Il miglioramento e l'affermazione dell'identità di un'Istituzione si conseguono, infatti, solo se l'attenzione alla comunicazione diventa uno stile di tutta l'organizzazione, un vero e proprio modo di essere dell'intera struttura della Provincia di Benevento e non solo un'attività aggiuntiva ed opzionale, o peggio ancora casuale. L'univocità del messaggio e dello stile del medesimo è, in questo senso, essenziale: tale obiettivo lo si consegue attraverso l'Unità Operativa Comunicazione ed Immagine che ha il compito di coordinare, secondo le direttive del Presidente, la diffusione dei messaggi che promanano da tutti i Settori della Provincia.

### **4. Rispetto degli obblighi di rendicontazione**

L'attuale organizzazione del complesso della comunicazione pubblica istituzionale della Provincia di Benevento si scontra con il fatto che non esiste nel Bilancio della Provincia un capitolo relativo alla spesa per la "Comunicazione istituzionale". E', infatti, prassi consolidata presso questa Provincia che ogni Dirigente di settore predisponga pubblicità istituzionale per le gare d'appalto, avvisi pubblici e quant'altro secondo proprie valutazioni.



**PROVINCIA di BENEVENTO**  
*Unità Operativa Comunicazione ed Immagine*

Com'è evidente, questo, tra l'altro, comporta una difficoltà notevole di ordine tecnico-amministrativo per avere un quadro completo e complessivo delle spese che la Provincia sopporta per tale scopo, soprattutto ai fini del rispetto del 15% dell'impegno di spesa complessivo a favore dell'emittenza locale i cui innanzi di cui alla legge n. 112/2004. Si evidenzia pertanto l'obbligo da parte degli enti pubblici locali, quindi anche della Provincia di Benevento, della rendicontazione entro il 31 marzo di ogni anno delle somme impegnate ai fini della pubblicità istituzionale sulle reti radio-televisive locali per un importo pari al 15% del totale: la non osservanza dell'obbligo comporta sanzioni amministrative, si ritiene opportuno fare presente quanto segue.

**5. Istituzione del Capitolo di Spesa "Comunicazione istituzionale"**

Il Bilancio di previsione del 2006 prevede l'istituzione di un capitolo di spesa "Comunicazione istituzionale" con una provvista di € 100.000,00 (centomila), così distinta:

<b>Voce di spesa</b>	<b>Importo in €</b>
Pubblicità istituzionale su Organi di Stampa nazionali (inserzioni per gare d'appalto e Avvisi)	50.000,00
Abbonamento ANSA nazionale	20.000,00
Pubblicità sulla Stampa ed emittenti locali	30.000,00
<b>SOMMANO</b>	<b>100.000,00</b>

Resta salvo infine, il Capitolo di spesa relativo alla pubblicazione de "La Provincia Sannita": In relazione al fatto che si intende promuovere una maggiore e più capillare diffusione sul territorio, nei luoghi di aggregazione, nelle sedi istituzionali, ecc., il predetto capitolo viene rimpinguato fino alla somma di € 30.000,00 (trentamila).

**6. Metodo di lavoro**

Il Piano della Comunicazione 2006 della Provincia di Benevento interessa l'intera struttura dell'ente: ciò significa che viene richiesta la disponibilità di tutti gli Organi, per quanto riguarda le responsabilità di ordine politico-programmatiche, e di tutti i Settori e Servizi, per quanto riguarda la responsabilità amministrativa.

Il coordinamento e la gestione della comunicazione ricade sull'U.O. Comunicazione ed Immagine, in quanto tale U.O. è una struttura che, pur essendo parte del Settore Servizi al Cittadino, svolge il proprio compito istituzionale alle dirette dipendenze del Presidente, cioè dell'Organo avente la responsabilità della direzione e della rappresenta all'esterno della Provincia, ai sensi del T.U. 267/2000.

Compito primario dell'U.O., cui l'intera struttura amministrativa e burocratica collabora per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, è quello di realizzare il coordinamento tra tutti i responsabili e gli Uffici per fornire all'esterno un'immagine della Provincia univoca e riconoscibile da tutti, senza incertezze. In tale ottica, l'U.O. assume la supervisione editoriale delle iniziative di comunicazione esterna, coordinando il lavoro del Settore e del Servizio competente. I Settori ed i Servizi, all'atto di promuovere all'esterno dell'Ente iniziative, progetti e quant'altro afferente la comunicazione (ad es.: la Disciplina dell'attingimento delle risorse idriche), assumono gli opportuni contatti ed accordi con l'U.O. Comunicazione ed Immagine sia al fine di dare all'esterno un'immagine univoca dell'ente, sia al fine di fare conto sulla professionalità e specificità dell'U.O.

I Settori, una volta individuata la necessità di comunicazione, richiedono la predisposizione degli atti relativi alla U.O. all'interno del budget finanziario disponibile, così come risulta dal PEG, le risorse finanziarie atte a supportare la comunicazione del progetto e/o progetti di cui occorre dare comunicazione esterna (ad esempio: nelle spese previste per un



progetto stradale vanno ricomprese le spese presunte per la pubblicazione sui giornali, ai sensi di legge, dei bandi di gara d'appalto, ecc.).

Il metodo di lavoro del U.O. Comunicazione ed Immagine, in quanto funzionale ad una corretta applicazione del Piano di Comunicazione 2005, consiste nella individuazione, per ciascun messaggio, di uno o più dei seguenti strumenti operativi:

- a) Campagne pubblicitarie
- b) Comunicazione occasionale
- c) Eventi speciali
- d) Pubblicazioni
- e) Portale e Sito internet
- f) Partecipazione ad eventi esteri
- g) Partecipazione a fiere e mercati, etc.

#### 6.a) Campagne pubblicitarie

La Campagna pubblicitaria a tappeto appare opportuna in relazione al "lancio" di un nuovo servizio parte dell'ente. I Settori e i Servizi di norma si rivolgono all'U.O. Comunicazione ed Immagine, che fornisce indicazioni generali sulla metodologia di lavoro per conseguire gli obiettivi prefissati. L'U.O. individua la corretta mediazione tra la prassi e la norma amministrativa e l'esigenza strategico-politico che si intende conseguire e formula, pertanto, l'analisi degli obiettivi, dei *target* di riferimento e dei risultati attesi; eventuale coinvolgimento di un'Agenzia specializzata e messa a punto della procedura di affidamento; scelta dello sviluppo creativo della Campagna; pianificazione; eventuale verifica della sua efficacia.

Esperita tale fase, l'U.O. Comunicazione ed Immagine: organizza direttamente o attraverso Ditte specializzate campagne pubblicitarie complesse che prevedono il ricorso alle affissioni, alla dinamica e a mezzi innovativi. Si veda, a titolo di esempio, la campagna "Portami a ballare, pago io". Risulta evidente che, qualora la disponibilità economica fosse ridotta o la manifestazione sia di minor peso, l'U.O. Comunicazione ed Immagine procede all'acquisto di spazi pubblicitari sulla carta stampata, sulle emittenti televisive e radiofoniche. L'U.O. ha un rapporto costante con le concessionarie pubblicitarie che consente di raggiungere significative economie di scala. Ad inizio anno viene fatto una sorta di "accordo", nei modi di legge, tra Provincia e concessionarie per ottenere una riduzione dei prezzi. L'U.O. valuta la opportunità di ricorrere (e con quali mezzi) a strumenti pubblicitari nuovi (ad es., la distribuzione dei depliant della Campagna promozionale "Viaggiare sicuri" ai caselli autostradali per gli automobilisti in transito). L'U.O. suggerisce una creatività in linea con l'immagine grafica e coordinata dell'Ente ed ha cura di distribuire in modo omogeneo sugli organi di informazione gli investimenti pubblicitari.

#### 6.b) Comunicazione occasionale

Talvolta è opportuno realizzare depliant divulgativi o seminari per prodotti o eventi non continuativi, ma sporadici, che impegnano budget per cifre modeste. I Settori, tuttavia, al fine di evitare di non cogliere il risultato del coordinamento e dell'univocità dell'immagine dell'ente che informa il presente Piano, non gestiscono in proprio queste iniziative, ma si coordinano sempre e comunque con l'U.O. Comunicazione ed Immagine, che fornisce la propria consulenza tecnica e la supervisione editoriale.

#### 6.c) Eventi speciali

Anche in questo caso, il coinvolgimento dell'U.O. Comunicazione ed Immagine non dipende certo dal peso dell'evento: esso è automatico, alla luce del presente Piano, anche



se questo non significa che lo stesso UO assuma, per questo, la responsabilità della gestione operativa dell'Evento. Anzi, proprio in quanto "speciale", questa tipologia di comunicazione, richiama immediatamente la necessità di avvalersi di professionalità esterne, in grado di portare il valore aggiunto della propria esperienza nel campo per il successo dell'iniziativa (la partecipazione, ad esempio, al "Gift Show" di Montreal, Canada, reclama, quasi, l'intervento di Ditte esperte nel campo del commercio internazionale). Di norma, pertanto, il coordinamento tra il Settore proponente l'iniziativa e l'U.O. prescinde dal peso specifico della manifestazione e si configura come un rapporto di carattere tecnico-operativo.

L'organizzazione tipo prevede da parte dell'U.O. e del Settore, congiuntamente e coordinandosi: verifica della disponibilità del luogo e delle persone per la data scelta; realizzazione, stampa e spedizione inviti anche a mailing particolari; allestimento sala, addobbi floreali e buffet; accoglienza in sala nel rispetto delle regole del cerimoniale; ringraziamenti e spedizioni materiale fotografico/atti al termine della manifestazione.

L'U.O. organizza il lavoro in modo da centralizzare alcuni servizi consentendo una riduzione dei costi (ad esempio si utilizza un unico fotografo, o un unico fornitore per gli allestimenti floreali); supervisiona tutto il materiale grafico (inviti, paline, segnaletica, pannelli ...) uniformandolo secondo le note direttive.

#### 6.d) Pubblicazioni

Si tratta di opuscoli e, più raramente, di libri "specialistici". Da un lato, vi sono soprattutto manuali di protezione civile (come ad es.: la statistica dell'ASL sugli incidenti stradali); dall'altro, l'*house organ* della Provincia, e cioè il quadrimestrale "La Provincia sannita", giunto all'anno 23°, inviato gratuitamente in tutta Italia, che comporta una spesa, invero, irrisoria, rispetto alla (oggettiva) qualità della pubblicazione ed al valore delle collaborazioni (gratuite). In sostanza, la Rivista comporta esclusivamente le (modeste) spese di stampa ed il rimborso di eventuali spese fotografiche (mai superiori in tutto l'anno ad € 200,00). La Direzione e la responsabilità editoriale della Rivista fa capo all'U.O. Comunicazione ed Immagine: essa raccoglie le informazioni provenienti dal Presidente, dagli assessori e consiglieri, dai Settori; le assembla dando loro una veste grafica facile alla lettura, privilegiando gli approfondimenti di grandi temi di natura socio-economica attinenti il Sannio. E' possibile in tal modo raggiungere un pubblico vasto, non disperdendo i costi e mostrando un'immagine univoca e coordinata della Provincia all'esterno.

Vengono realizzati anche prodotti editoriali direttamente o in collaborazione con case editrici (ad es., il libro sui 50 anni di vita democratica del Consiglio provinciale).

#### 6.e) Portale e Sito internet

Il nuovo Portale della Provincia rappresenta un punto di forza dell'ente ed un valore aggiunto: tuttavia, occorre uno sforzo maggiore da parte di tutti i Settori per superare alcune discrasie. Allo stato emerge che la modalità di creazione ed aggiornamento dei contenuti dei siti segue logiche e metodi diversi: alcuni Settori appaiono, oggi, più interessati ad "dialogo" con il Portale, rispetto ad altri che, probabilmente per impegni d'istituto, non hanno, allo stato, sfruttato appieno le potenzialità del mezzo. Va da sé che in questa specifica voce e modalità di comunicazione vengono in rilievo le deficienze culturali degli operatori dapprima accennate. Deficienze, sia chiaro, che sono facilmente superabili con una aggiuntivo buona volontà. Per completezza di informazione e per converso, va detto che spesso la comunicazione viene alimentata grazie proprio a competenze interne del personale dipendente, interessato intellettualmente e culturalmente a confrontarsi con le nuove tecnologie.



L'uso delle reti e della posta elettronica ha raggiunto ormai livelli buoni anche in Provincia, anche se è in corso un piano di ulteriore e definitivo potenziamento. Allo stato mancano, però, alcuni collegamenti di posta elettronica personali ed Intranet e, pertanto, la trasmissione interna di informazioni e documenti avviene con sistemi ormai obsoleti. L'adeguamento tecnologico in corso ha delle ovvie ed evidenti ripercussioni per l'implementazione del Portale. Comunque sia, ormai, insieme agli strumenti più tradizionali di cui alle sezioni precedenti, anche il mezzo Internet è abitualmente riconosciuto ed utilizzato sia all'interno che all'esterno dell'ente.

Per la gestione, mantenimento e sviluppo del sito opera una struttura esterna, coordinata dal U.O. Comunicazione ed Immagine, con referenti in tutti Settori (va detto, però, che alcuni Settori, sebbene più volte sollecitati ancora non hanno provveduto a nominare i propri referenti e a comunicarli al coordinato U.O.).

Nella pratica la parte istituzionale del sito e quella relativa ad alcune voci principali è curata direttamente dall'U.O. Comunicazione ed Immagine (specie per quanto attiene alle "news e servizi").

L'U.O. Comunicazione e Immagine interviene in ogni parte del processo, affiancando i redattori in ogni fase del lavoro attraverso interventi tecnici e formativi, consulenze di supporto sia in fase di costruzione e di modalità di scelta del fornitore, collaborazione in fase di approvazione delle pagine da pubblicare, collegamento con il gestore, aggiornamento grafico, di contenuto e tecnico.

Per facilitare la presentazione e la successiva organizzazione dei dati è stata proposta a tutti Settori una direttiva del Presidente.

La completezza delle informazioni ottenute è possibile grazie ad un migliore approccio verso le tecnologie informatiche e tenendo comunque conto che soprattutto con il Portale a ragione del suo linguaggio diretto ed alle possibilità di accesso in tempo reale, si consegue in maniera ottimale l'obiettivo prefissato che è quello di migliorare l'immagine della Provincia di Benevento.

Il numero delle visite al Sito Internet della Provincia di Benevento si è attestato su cifre rilevanti, ed il trend è in ulteriore ascesa (circa 10.000 al mese).

Ciò nonostante, occorre potenziare il sito offrendo la possibilità ai cittadini-utenti di colloquiare con il Portale e, attraverso di esso, con l'ente, consentendo così di trasmettere in via telematica istanze, domande di partecipazione a concorsi, etc.: questa fase, tuttavia, prima di essere varata richiede per poter essere portata a termine il completamento e l'arricchimento del processo di informatizzazione interno.

#### 6.f) Partecipazione ad eventi esteri

La partecipazione ad eventi all'estero è ovviamente limitata, a ragione dei costi. Tuttavia, essa è significativa e si colloca nel contesto dei programmi di Internazionalizzazione che l'Amministrazione sta perseguendo - e non solo nel campo commerciale, ma anche in quello scientifico (si pensi ai progetti di ricerca in atto con Istituti del Canada). La partecipazione ad eventi esteri, comunque, non è percepita solitamente come attività di comunicazione - sebbene all'interno della struttura vi sia una struttura preposta proprio all'internazionalizzazione, che traduce in operatività (organizzazione viaggi, contatti, etc) gli indirizzi del Presidente. Anche in questo contesto, comunque, la collaborazione tra Settore e Unità Operativa Comunicazione e Immagine appare indispensabile.

#### 6.g) Partecipazione a fiere e mercati, etc.

Per quanto riguarda la partecipazione a fiere, mercati, etc. si ripropongono annualmente alcuni appuntamenti fissi sia nel Sannio che fuori.



Ogni Settore organizza in proprio (affidandosi anche a fornitori esterni) lo stand o gli stands. L'Unità Operativa Comunicazione e Immagine fornisce indicazioni e coordina il lavoro per il rispetto dell'immagine grafica coordinata (colori, utilizzo corretto dello stemma...) e mette a disposizione i materiali istituzionali ("La Provincia sannita", etc.).

## **7. Strumenti operativi**

Per una comunicazione coordinata ed uniforme l'Unità Operativa Comunicazione e Immagine migliora l'immagine dell'Istituzione: ciò si traduce un obiettivo raggiungibile se l'attenzione alla comunicazione diventa uno stile di tutta l'organizzazione, un modo di essere e non solo un'attività aggiuntiva ed opzionale. Per la Provincia di Benevento ciò è possibile oggi a patto che l'autonomia dei Settori, differenziata per attività e per target, si concili con le esigenze del coordinamento della comunicazione, affidato alla responsabilità dell'U.O. Comunicazione ed Immagine. Tale coordinamento, in sostanza, significa servizio, collaborazione, supporto nei confronti dei Settori, nel contesto delle direttive politico-programmatiche degli Indirizzi di Governo dell'Amministrazione in carica.

Il coordinamento si avvale dei seguenti strumenti principali:

1. L'immagine grafica coordinata
2. Le concessionarie pubblicitarie
3. Le redazioni
4. L'attività di ascolto

### **7.1) L'immagine grafica coordinata**

Il Piano visuale per la Provincia di Benevento va dal corretto utilizzo dello stemma, alla segnaletica ai messaggi pubblicitari. Tutti gli operatori che concorrono a lavorare su questo tema devono agire secondo regole fisse ed inderogabili che rappresentano il progetto di immagine visuale.

### **7.2) Le concessionarie pubblicitarie**

L'Unità Operativa Comunicazione e Immagine ha instaurato con le concessionarie pubblicitarie di diversa natura (quotidiani, radio, tv, affissioni ...) una collaborazione costante che permette di contrattare le tariffe per l'acquisto spazi. In alcuni casi, esiste una sorta di "contratto" che definisce prezzi vantaggiosi in cambio di una presenza minima d'investimento. L'U.O. dispone di un data-base in cui sono stati archiviati referenti e tariffari di ciascuna concessionaria. Si è anche standardizzato il lavoro: ad es., per i quotidiani, sono stati scelti 3 moduli di riferimento (formato piccolo, medio e grande) per qualsiasi inserzione pubblicitaria della Provincia.

### **7.3) Le redazioni**

L'U.O. Comunicazione ed Immagine può operare al meglio solo se riesce a costruirsi una rete di referenti distribuiti nei Settori. La comunicazione è biunivoca. I referenti possono ottenere servizi e consigli dal U.O. Comunicazione ed Immagine. Ad esempio, usufruire di tariffe vantaggiose per inserzioni pubblicitarie, avere aiuto su come organizzare una campagna pubblicitaria, su come utilizzare correttamente il logo. A sua volta, L'Unità Operativa Comunicazione e Immagine può ricevere da loro preziose informazioni per rispondere - in vario modo - alle richieste dei cittadini.

### **7.4) L'attività di ascolto**



L'attività di monitoraggio delle competenze e iniziative della Provincia di Benevento viene svolta costantemente. Come anticipato nella Premessa, spesso è utile per rendere più espliciti cambiamenti altrimenti difficili da riconoscere.

E' ovviamente la cartina di tornasole di come i cittadini percepiscono il nostro Ente, dei loro bisogni, apprezzamenti ma anche lamentele.

Abitualmente una parte dei sondaggi viene destinata proprio alla verifica delle preferenze dei cittadini sulle modalità e strumenti da utilizzare per la comunicazione: la pianificazione di campagne pubblicitarie avviene spesso sui quotidiani, proprio perché questo è uno dei mezzi maggiormente segnalati.

Ci sono poi situazioni specifiche in cui un sondaggio può aiutare a misurare l'efficacia della comunicazione: i Settori segnalano all'U.O. Comunicazione ed Immagine situazioni particolari sui cui realizzare sondaggi.

### **8. Rendicontazione**

L'U.O. Comunicazione ed immagine, unitamente al settore Finanze e controllo economico, provvede alla rendicontazione delle spese sostenute ai fini dell'applicazione della legge n. 112/2004.

### **9. Conclusioni**

L'istituzione del capitolo di Spesa "Comunicazione Istituzionale" nel Bilancio 2006 e la responsabilità gestionale dell'U.O. Comunicazione ed immagine contribuiscono a dare unitarietà di indirizzo nella comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento in un contesto di trasparenza, economicità, efficienza amministrativa.

---