



Consiglio Regionale della Campania

IX LEGISLATURA

UFFICIO DI PRESIDENZA

SEDUTA DEL 22 GENNAIO 2014

Delibera n. 298

**Oggetto: APPROVAZIONE DEL PIANO BIENNALE 2014 - 2015 DELLE ATTIVITA' DI
INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE .**

L'anno duemilaquattordici, il giorno 22 (ventidue), del mese di gennaio, alle ore 12,00 nella sala riunioni al Centro Direzionale di Napoli, isola F13, si è riunito l'Ufficio di Presidenza del Consiglio Regionale, così costituito:

PAOLO	ROMANO	Presidente
BIAGIO	IACOLARE	Vice Presidente
ANTONIO	VALIANTE	Vice Presidente
FRANCESCO V.	NAPPI	Consigliere Questore
NICOLA	MARRAZZO	Consigliere Questore
BIANCA M.	D'ANGELO	Consigliere Segretario
GENNARO	MUCCIOLO	Consigliere Segretario

Assenti i Consiglieri: Paolo Romano, Bianca M. D'Angelo e Nicola Marrazzo

Presiede: V. Pres. Biagio Iacolare

Assistono i Dirigenti: Capo Dipartimento Segreteria Legislativa Dott. C. D'Orta
Capo Dipartimento Segreteria Amministrativa Dott. P. Vitale
Direttore Generale Presidenza e Studi Legislativi e legali Avv. G. Corporente
Dirigente U.D. Ufficio di Presidenza Avv. G. Storti

RELATORE: V. Pres. Biagio Iacolare

PREMESSO

- **che** la legge 7 giugno 2000 n. 150 e il relativo Regolamento di attuazione, approvato con D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422, disciplinano, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, finalizzate a illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, l'attività delle istituzioni ed il loro funzionamento, favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale, favorire la semplificazione delle procedure di modernizzazione degli apparati e, infine, promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo;
- **che** la comunicazione pubblica, in applicazione delle disposizioni normative innanzi citate, costituisce parte integrante dell'agire della P.A. con l'obiettivo di determinare scelte organizzative e strategiche in grado di influire positivamente sull'immagine e sulla visibilità della stessa amministrazione;
- **che**, a tal fine, è stato elaborato il Piano di Comunicazione per il biennio 2014 - 2015, allegato al presente atto deliberativo, che articola la comunicazione del Consiglio Regionale nelle seguenti aree di intervento:
 - a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
 - b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
 - c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente".

CONSIDERATO

- **che** le attività di comunicazione e informazione istituzionale messe in campo sulla base del Piano di Comunicazione e Informazione per il triennio 2011 - 2013 hanno prodotto risultati positivi per quanto riguarda la visibilità dell'immagine e la divulgazione dei contenuti prodotti dal Consiglio Regionale della Campania in termini di informazione dei soggetti istituzionali e politici operanti nell'ambito dell'istituzione consiliare;
- **che** il Piano di Comunicazione per il biennio 2014 - 2014 intende proseguire nel percorso di potenziamento delle attività di comunicazione e informazione istituzionale posto in essere con i precedenti piani, mettendo in campo la migliore razionalizzazione e ottimizzazione degli strumenti;
- **che** l'attività di comunicazione svolta negli anni precedenti ha consentito a rendere più visibile e trasparente l'azione legislativa ed amministrativa del Consiglio Regionale;

RILEVATO

- **che** per la attuazione del Programma di comunicazione la Direzione Generale ha avuto a disposizione strumenti propri e strumenti che sono stati acquisiti tramite contratti e convenzioni, di cui si prevede il mantenimento con diversificazione della produzione, mediante l'attivazione di procedure ad evidenza pubblica

VISTA la legge 7 agosto 1990 n. 241;

VISTA la legge 7 giugno 2000 n. 150;

VISTO il D.lgs n. 165/2001;

VISTO il Piano delle Attività di Informazione e Comunicazione istituzionale per il biennio 2014-2015;

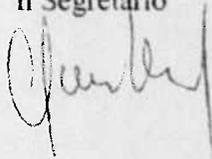
a voti unanimi

DELIBERA

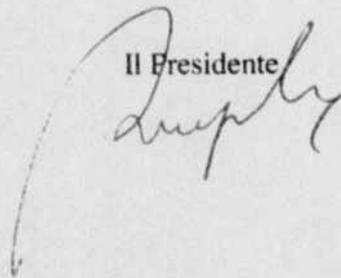
per i motivi espressi in narrativa, che qui si intendono integralmente riportati:

- di approvare il Piano delle Attività di Informazione e Comunicazione istituzionale per il biennio 2014-20015, che forma parte integrante del presente atto deliberativo;
- di destinare al finanziamento delle attività di informazione e comunicazione le risorse appostate sulla UPB 1.01.01.03 - cap. 3152 e 3253;
- di incaricare il Direzione Generale Presidenza e Studi Legislativi e Legali per l'adozione dei provvedimenti di attuazione del Piano delle Attività di Informazione e Comunicazione Istituzionale, ferme restando le competenze del Dipartimento Segreteria Generale Amministrativa.

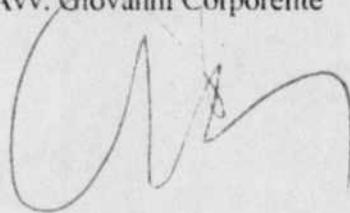
Il Segretario



Il Presidente



Il Direttore Generale Presidenza e Studi Legislativi e Legali
Avv. Giovanni Corporente





Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

PROPOSTA PER L'U.P. del 22 gennaio 2014

**DI PROGRAMMA DELLE ATTIVITA'
DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE
(BIENNIO 2014/2015)**

(N.B.: gli importi della spesa stimata sono riferiti al costo annuale)

Premessa

Le attività di comunicazione del Consiglio regionale si attuano attraverso le due funzioni di comunicazione istituzionale e informazione disciplinate dalla legge 150/2000, che all'articolo 1, comma 4 afferma: "Sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:

- a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente".

In questa ottica la Direzione Generale preposta alle attività di informazione del Consiglio (ufficio stampa e ufficio relazioni con il pubblico) propone il presente Programma delle attività di comunicazione e di informazione anni 2014 e 2015.

Premesso che l'azione delle diverse strutture, a vario titolo coinvolte, dovrà essere profondamente caratterizzata da sinergie che vedranno direttamente impegnate tutte le strutture - *ex se* connesse e/o collegate - e che l'attività si conformerà all'evoluzione dei contenuti su cui si concentrerà maggiormente di volta in volta l'attenzione del Consiglio, consapevoli del fatto che nuove iniziative si aggiungeranno nel corso del prossimo biennio, si indicano di seguito le scelte fondanti che si propongono all'esame dell'Ufficio di Presidenza.

Al centro di tale strategia comunicativa c'è il potenziamento del **Portale del Consiglio** e la **Diretta streaming di tutte le sedute consiliari (ivi comprese quelle riservate al question time)**, già programmata nella precedente pianificazione e ora pronta per essere attivata, previa definizione dei contenuti e delle modalità da parte dell'Ufficio di Presidenza.

Alla luce di ciò, vanno rivisti anche gli strumenti informativi adottati nell'ambito della precedente Pianificazione, i quali hanno prodotto risultati positivi sia in relazione alla visibilità dell'Istituzione che alla divulgazione dei contenuti dell'attività consiliare, ma vanno riformulati per dare maggiore centralità alla comunicazione attraverso la rete



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

internet. In particolare, a cura degli uffici, potranno essere attivate tutte le possibili forme di utilizzo dei social network.

Obiettivi e contenuti

L'attività delle strutture competenti (Ufficio stampa, URP ed in parte il Cerimoniale) garantirà in particolare il diritto dei cittadini all'informazione e all'accesso nel rispetto del principio di trasparenza, a cui la Pubblica Amministrazione è tenuta, così come si farà carico di diffondere i valori costitutivi dell'Istituzione in rapporto alla sua identità e alla sua missione.

L'identità e la missione del Consiglio regionale possono essere sintetizzate nelle seguenti quattro macro-aree:

- 1) attività legislativa
- 2) grandi eventi
- 3) organi consiliari
- 4) organismi istituzionali

Per dare voce ai contenuti individuati, verrà valutato l'uso eventuale di nuovi strumenti: dai blog informativi, in particolare per i giovani, all'affissione, ai gazebo, all'utilizzo del sito web istituzionale con creazione di link per dirette televisive, numero verde, per citare alcuni esempi.

La Direzione Generale, mediante l'impegno delle risorse umane assegnate agli uffici stampa e URP, provvede alla valorizzazione dei contenuti informativi e alla miglior copertura possibile da parte del sistema dei media:

1. Attività legislativa dell'Ente.
2. Attività del Presidente e dell'Ufficio di Presidenza.
3. Attività degli organismi istituzionali, Corecom, Difensore civico, Commissione pari opportunità, Consiglio delle Autonomie locali, e tutti gli altri organismi istituiti con legge regionale e di competenza consiliare.
4. Eventi previsti dal programma di comunicazione e informazione
5. Strategie di informazione particolari decise dall'Ufficio di presidenza
6. Ordinarie attività del Consiglio.

Sul versante della comunicazione istituzionale vengono garantiti, tra l'altro, l'acquisto di spazi pubblicitari, la gestione delle informazioni da veicolare e l'elaborazione grafica in relazione ai principali interventi e appuntamenti, l'implementazione del sito web istituzionale, la batteria di strumenti destinati a favorire l'accesso di cittadini, associazioni, istituzioni, imprese, dal Numero verde alla "Rubrica



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

degli atti”, dalla Guida del Consiglio al Dvd istituzionale nelle due versioni, italiana e inglese.

Per la comunicazione istituzionale

Le risorse necessarie in totale per ogni annualità

Capitoli 3152, 6093-6095 Euro 120 mila

(comprensivo della spesa di euro 103 mila per il portavoce (compresi oneri riflessi) la cui imputazione in bilancio (Ufficio di Gabinetto) è sui Capitoli 6093-6095)

L'accesso

Per favorire l'accesso alle informazioni da parte di istituzioni, cittadini singoli, associazioni, imprese, si propongono gli strumenti di seguito elencati:

- **Guida del Consiglio**, pubblicazione aggiornata in tempo reale, distribuita attraverso internet e/o in forma cartacea;
- **Numero Verde**
- **Rubrica degli Atti** (redazione dei testi e postalizzazione di un periodico trimestrale)
- **Agenda del Consiglio 2014** (cura dei testi da pubblicare sull'agenda 2014 del Consiglio regionale in distribuzione nel primo semestre 2014)
- **Report delle attività del Consiglio**

Euro 7 mila

- Promozione dell'Ufficio relazioni con il pubblico e avvio dell'Internet point

Si avvarrà di interventi a basso costo come la produzione e la distribuzione di segnalibri con le informazioni essenziali ed eventualmente di pubblicità.

Il sito web

Tra le novità, redazione di pagine web in collaborazione con le singole articolazioni del Consiglio, a partire dai Dipartimenti. Sarà inoltre creata una sezione "Mediateca", dove si potrà trovare documentazione audio-video. E' previsto infine l'inserimento della cosiddetta "Carta dei servizi", scaricabile direttamente dal sito.

La comunicazione pubblicitaria



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Nel corso degli anni precedenti, il competente ex Settore Presidenza si è fatto carico, tra l'altro, di curare direttamente tutte le fasi di lavoro relative alla pubblicità: dalle proposte di programmazione, con un risparmio, in termini economici, che ha anche consentito di liberare risorse finanziarie.

Per il biennio 2014-2015, si propone la stessa formula operativa, con impegno delle risorse umane dell'ufficio stampa e dell'ufficio URP.

Fondo per gli interventi non programmabili

Azioni di comunicazione potranno essere previste a sostegno degli interventi che saranno ritenuti di maggiore rilievo e che al momento non possono essere previsti, a partire dalle mostre più significative organizzate nei locali consiliari o da altre iniziative del Consiglio regionale su cui sarà ritenuto opportuno richiamare l'attenzione di un vasto pubblico, in particolare attraverso inserzioni pubblicitarie.

Euro 10 mila

"I Campani, la Campania, il Consiglio regionale", DVD divulgativo

Tra i prodotti studiati per presentare il Consiglio e la sua attività, la sua ragion d'essere e le sue aperture, accanto a materiali di tipo cartaceo e alla comunicazione attraverso Internet, è prevista la duplicazione e la diffusione del Dvd istituzionale nelle due versioni, italiana (tiratura iniziale 2.000 copie) e inglese (tiratura iniziale 1.000 copie) come strumento di rappresentanza sia nei rapporti internazionali sia con il mondo della scuola e in occasione di aperture al pubblico o iniziative particolari.

Gli eventi e la comunicazione valoriale

Per iniziative come il convegno sulle riforme istituzionali e rapporto annuale sulla legislazione, programmato per il periodo gennaio-febbraio 2014, che fa riferimento alla trasmissione di valori legati all'identità dell'istituzione, o per particolari temi sui quali si misura il Consiglio regionale attraverso l'approvazione di ordini del giorno, mozioni o altro, è prevista la possibilità di acquistare spazi pubblicitari (su media tradizionali come quotidiani, radio, tv, Internet ed eventualmente utilizzando strumenti quali affissioni, totem, gonfaloni, mezzi di trasporto etc.), compatibilmente con le risorse finanziarie a disposizione e, in ogni caso, in accordo con le diverse strutture che presidiano i vari ambiti della comunicazione, in modo da ottimizzare il ricorso alla pubblicità in una strategia comune.



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Messaggi e predisposizione grafica saranno curati dal personale interno e/o da esterni (con tirocini formativi) in relazione alle diverse occasioni.

La produzione editoriale

Si svilupperà il lavoro finalizzato alla unitarietà delle pubblicazioni cartacee realizzate dal Consiglio. Questo permetterà di beneficiare, oltre che di una inedita coerenza in termini di immagine, di un valore aggiunto legato alla riconoscibilità e alla percezione della ricchezza della produzione dell'Assemblea, evitando lo spiacevole effetto "casualità" che negli anni passati ha troppo spesso accompagnato i prodotti editoriali.

A seguito della eventuale dotazione di personale "ad hoc" sarà possibile intervenire con un lavoro di vero e proprio *editing*.

Verrà stampata e distribuita la pubblicazione "Il Parlamento della Campania", che racconta in modo sintetico per un pubblico eterogeneo l'assetto istituzionale, la Carta dei Servizi, le attività del Consiglio regionale della Campania.

La diffusione proposta, in sinergia con altri uffici del Consiglio, riguarda il mondo della scuola, in occasione delle visite al Consiglio, e il pubblico generico durante manifestazioni quali "Palazzo Aperto".

(si potrebbero utilizzare le risorse finanziarie della Direzione a ciò finalizzate)



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Per la informazione
Le risorse necessarie in totale per ogni annualità

Capitoli 3152 e 3153 – Euro 460 mila

Le risorse disponibili.

Le risorse assegnate alla Direzione Generale per le attività di comunicazione e di informazione del Consiglio ammontavano per l'E.F. 2013 a circa 500 mila.

Con precedenti delibere (dal 2007 al 2010) dell'Ufficio di presidenza si sono evidenziate due linee direttive prioritarie di intervento per l'ex Settore Presidenza (ora la Direzione Generale), accanto a quelle che si riferiscono alla complessiva strategia di comunicazione integrata del Consiglio. Esse sono:

- 1) Far conoscere di più l'attività legislativa del Consiglio utilizzando gli strumenti a disposizione.
- 2) Ideare e realizzare prodotti nuovi per essere più efficaci nella funzione di informazione.

In base a queste indicazioni, se confermate anche per il biennio 2014-2015 si propongono i seguenti obiettivi:

- 1) migliorare l'informazione sull'attività legislativa sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, attraverso:
 - a) utilizzazione di schede esplicative in tutti i prodotti informativi;
 - b) sviluppo prodotti multimediali per l'approfondimento dei provvedimenti legislativi;
 - c) comunicati più semplici e chiari migliorando l'aspetto esplicativo e applicativo dei provvedimenti approvati dal Consiglio;
- 2) nuovi canali per la diffusione dell'informazione saranno sperimentati utilizzando soprattutto strumenti multimediali come indicato nei paragrafi seguenti.

6



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Per la attuazione del Programma di comunicazione la Direzione Generale ha avuto a disposizione strumenti propri e strumenti che sono stati acquisiti tramite contratti e convenzioni, di cui si prevede il mantenimento con diversificazione della produzione, mediante l'attivazione di procedure ad evidenza pubblica:

1. Portale dell'informazione
2. Agenzie di stampa
3. Emittenza televisiva
4. Rassegne stampa
5. Documentazione audiovisiva e foto
6. Newsletter

Si prevede la continuazione delle attività in essere relative alla informazione video-audio, utilizzando quale strumento il portale istituzionale web; ciò anche al fine di aumentare di qualità delle attività in essere.

Gli strumenti interni ed esterni

Press room – si prevede la realizzazione di una press room. Si tratta di un sito di servizio che mette a disposizione dei giornalisti tutti i prodotti realizzati dalle risorse interne e scaricabili in tempo reale: fotografie, focus monotematici, newsletter, primi piani, servizi radiofonici e televisivi.

Tale sito è a disposizione anche dei consiglieri per verificare i materiali informativi che li riguardano.

Portale dell'informazione. Come sviluppo della press room, il sito web diventerà la principale strumentazione per tutta l'attività del Consiglio. In particolare saranno incrementate le dirette web e le newsletter come prodotti dinamici di costante aggiornamento. In esso verranno caricati tutti i prodotti che verranno realizzati direttamente dai giornalisti o quei prodotti che sono il frutto di convenzioni con emittenti tv e radiofoniche o con le agenzie di stampa.

In particolare esso offrirà i seguenti prodotti:



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

- 1) **Newsletter tematiche.** Accanto alla newsletter sull'attività legislativa del Consiglio e degli organismi istituzionali si prosegue la produzione di newsletter tematiche connesse con eventi o argomenti istituzionali indicati dalla Presidenza.
- 2) **Focus tematici settimanali.** Si tratta di siti speciali che approfondiscono il tema della settimana prioritariamente per quanto riguarda l'attività legislativa offrendo agli utenti materiale ampio e approfondito sia di sintesi giornalistica che documentale.

Rassegna stampa - la rassegna stampa telematica con un software per la realizzazione e l'invio di rassegne stampa particolari con email e su palmari. Il contratto in essere scadrà nel primo semestre 2014; in occasione della scadenza contrattuale si provvederà alla attivazione delle procedure quantomeno per il mantenimento del livello qualitativo del servizio in essere.

Si esploreranno anche possibili esperienze di utilizzo delle risorse umane interne.

Euro 40 mila

Gli strumenti esterni

Agenzie di stampa - I contratti in essere sono scaduti il 31 dicembre 2013; sono da avviare procedure per la stipula di nuovi contratti, mantenendo il livello qualitativo del servizio; in ragione delle direttive dell'UP potranno realizzarsi appositi capitolati dei servizi.

(possibili agenzie: *Agi - AdnKronos - Asca - Ansa*)

Euro 420 mila

L'ATTIVITA' LEGISLATIVA



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Per le leggi regionali individuate come meritevoli di diffusione particolare, l'Ufficio relazioni con il pubblico curerà l'inoltro del testo approvato, accompagnato da una lettera del Presidente, ad una serie di interlocutori di carattere essenzialmente istituzionale individuati di volta in volta in relazione all'ambito di intervento della legge stessa.

In ottemperanza alle indicazioni dell'Ufficio di presidenza sulla necessità di organizzare azioni di informazione sui principali provvedimenti legislativi approvati dal Consiglio, attraverso gli organi di stampa regionali, saranno promosse le seguenti azioni.

EVENTI

Tra gli eventi programmabili dall'Ufficio di presidenza per il 2014, e che si aggiungeranno a quelli sotto elencati, si individuano:

- Grandi eventi (partecipazione al Forum P.A. di maggio 2014 e 2015)
- Palazzo Aperto
- Progettazione inviti e locandine
- Predisposizione pagine web

ORGANISMI ISTITUZIONALI

Nel quadro degli interventi delle attività degli organismi che hanno più diretto rapporto con il Consiglio regionale (Difensore civico, Corecom, Commissione pari opportunità, istituendo Consiglio delle autonomie locali, ecc.), interventi previsti dalle rispettive relazioni previsionale e programmatiche 2014-2015, saranno concordate azioni di comunicazione e di informazione con le singole realtà in rapporto ai cambiamenti maggiormente significativi effettivamente introdotti.

Per tutti gli organismi sono attivi i links sul sito web sulla della home page istituzionale del Consiglio regionale. Analogamente, negli elenchi telefonici della Campania (Pagine bianche), lo spazio che potrebbe essere acquistato dal Consiglio regionale ospiterà i riferimenti essenziali degli organismi.

ESEMPI per Organismi:



Consiglio regionale della Campania
DIREZIONE GENERALE
Presidenza, Studi legislativi e legali

IL DIRETTORE GENERALE

Difensore civico. La Direzione assiste l'Ufficio del Difensore civico in tutte le sue attività di comunicazione e informazione e concorda le iniziative di informazione. In particolare verrà potenziata l'attività di selezione del materiale informativo e di messa a punto di indirizzari specifici che sta alla base degli interventi d'ufficio del Difensore.

Commissione Pari opportunità. Verrà sviluppato l'impegno della Direzione per le attività di informazione su eventi e progetti sulla parità di genere attraverso l'uscita regolare di rubriche e notizie sugli strumenti di informazione propri e attraverso speciali realizzati dalle emittenti televisive regionali. Tutte le strutture coinvolte (Direzione, ufficio stampa e URP) supportano la Commissione in tutte occasioni dei suoi interventi ed attività.

Corecom. Si intensificherà la collaborazione sia all'interno dell'Organismo per il monitoraggio delle trasmissioni televisive prodotte in convenzione, sia nei rapporti con le emittenti televisive e radiofoniche regionali. In particolare alle attività del Corecom saranno dedicati ampi spazi all'interno dei prodotti giornalistici dell'Agenzia. A fronte di un rafforzamento dell'Ufficio relazioni con il pubblico, sarà possibile farsi carico delle richieste informative di primo livello relative agli interventi di conciliazione attraverso l'acquisizione e la gestione del numero verde dedicato a questa attività, previa adeguata formazione.

Garanti (detenuti ed infanzia). Gli Organismi, dotati di un sito proprio così come per gli altri, verrà seguito in particolare nei momenti di visibilità legati al bilancio dell'attività o ad atti particolarmente significativi.

Riepilogo costi (Capitoli 3152, 3153 e 6093-6095)

Comunicazione istituzionale
euro 120 mila

Informazione
Euro 460 mila

Totale generale
Euro 580 mila

Giovanni Corporente