



PROVINCIA DI BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 290 del 25 MAG. 2010

Oggetto: PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2010. PROVVEDIMENTI.

L'anno duemiladieci il giorno venticinque del mese di maggio presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

| | | | | |
|---------------|-----------------------|------------------|-------------------|----------------|
| 1) Prof. Ing. | Aniello | CIMITILE | - Presidente | _____ |
| 2) Avv. | Antonio | BARBIERI | - Vice Presidente | _____ |
| 3) Dott. | Giànluca | ACETO | - Assessore | ASSENTE |
| 4) Ing. | Giovanni Vito | BELLO | - Assessore | _____ |
| 5) Avv. | Giovanni A. M. | BOZZI | - Assessore | _____ |
| 6) Ing. | Carlo | FALATO | - Assessore | _____ |
| 7) Dr.ssa | Annachiara | PALMIERI | - Assessore | ASSENTE |
| 8) Dott. | Nunzio | PACIFICO | - Assessore | _____ |
| 9) Geom. | Carmine | VALENTINO | - Assessore | _____ |

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI _____

L'ASSESSORE PROPONENTE _____

LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Relazioni Istituzionali, Presidenza e Affari Generali, istruita da Antonio De Lucia, qui di seguito trascritta:

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";

Tenuto conto che le predette norme e i predetti articoli, in particolare, impongono, tra l'altro:

- la redazione e l'approvazione di un Piano di Comunicazione per la comunicazione istituzionale da realizzarsi a cura del medesimo;
- la ripartizione delle somme impegnate per la pubblicità istituzionale;
- la rendicontazione alla Autorità Garante delle Comunicazioni delle somme spese per tali incombenze entro il 31 marzo di ogni anno;

Letta altresì la proposta di Piano della Comunicazione 2010 allegata al presente;

Preso atto che il documento definisce gli obiettivi e la strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, on line, pubblicitaria ecc.); descrive le singole azioni con l'indicazione dei tempi di realizzazione; individua i mezzi di diffusione e la individuazione delle risorse finanziarie nel PEG; d) pianifica le attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni (sia "in itinere" al progetto, sia "ex post"); e) pianifica inoltre le iniziative comunicazionali in particolare per il 150° Anniversario della istituzione della Provincia di Benevento;

Ritenuto che detta proposta di Piano della Comunicazione 2010, nel rispetto dello spirito e della lettera della legge 150/2000, costituisca, secondo i criteri della efficacia e della ottimizzazione delle risorse economiche, strumento atto a garantire una politica coordinata della comunicazione istituzionale basata su obiettivi strategici, valori condivisi e sull'utilizzo di un'immagine grafica coordinata;

Rilevata l'esigenza di approvare la proposta di Piano della Comunicazione ed adottarla quale Documento di indirizzi da estendere a tutti gli Uffici e Servizi della Provincia;

Si propone di:

-adottare il Piano della Comunicazione 2010, allegato al presente atto, quale proprio Documento di indirizzi a tutti i Settori, Servizi ed Uffici dell'ente per le problematiche concernenti la comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento;

-onerare il dirigente Settore Relazioni Istituzionali, Presidenza e Affari generali per tutti gli adempimenti conseguenziali

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li _____

**IL DIRIGENTE DEL SETTORE
RELAZIONI ISTITUZIONALI, PRESIDENZA E AFFARI GENERALI
(Dott.ssa Irma Di Donato)**

Irma Di Donato

LA GIUNTA

Su ~~parere favorevole~~ dell'Assessore relatore relazione del Presidente, ed unanimemente

DELIBERA

- 1) la premessa è parte integrante e sostanziale del presente dispositivo e ne forma criterio prevalente di interpretazione;
- 2) di adottare il Piano della Comunicazione 2010, allegato al presente atto, quale proprio Documento di indirizzi a tutti i Settori, Servizi ed Uffici dell'ente per le problematiche concernenti la comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento;
- 3) di onerare il dirigente Settore Relazioni Istituzionali, Presidenza e Affari generali per tutti gli adempimenti conseguenziali.

- di dichiarare la presente delibera, con unanime
unanime votazione, immediatamente eseguibile.

llg

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE
(Prof. Ing. Arnaldo CIMINILE)

N. 626

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 30 AGO. 2010

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

30 AGO. 2010

La suetesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data _____ 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 _____

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

IL SEGRETARIO GENERALE

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

- 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, _____

IL SEGRETARIO GENERALE

Copia per

SETTORE Rel. Int. Pres ANIBB (eu o d) prot. n. _____

SETTORE Tutti i Dirigenti prot. n. _____

SETTORE Dir. Generali prot. n. _____

Revisori dei Conti S. G. il _____ prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

Conferenza dei Capigruppo il _____ prot. n. _____

PROVINCIA DI BENEVENTO



PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2010

1. DEFINIZIONE

Il Piano di Comunicazione per l'anno 2010 della Provincia di Benevento, in attuazione dell'art. 12 della legge 7 giugno 2000, n. 150, ed in coerenza con gli "Indirizzi generali di governo" approvati dal Consiglio provinciale nella seduta del 16 maggio 2008, contempla i principi ispiratori, le tematiche, l'organizzazione, le norme di riferimento, le finalità della comunicazione dell'ente, gli strumenti, le tecniche, i soggetti attuatori e i soggetti collaboratori della comunicazione stessa dell'ente, i costi economici della comunicazione, l'indicazione dei capitoli di Bilancio, attraverso e grazie ai quali dalla Rocca dei Rettori, da un lato, si informa l'opinione pubblica sui servizi erogati nelle materie di competenza della Provincia, e, dall'altro, si costruisce una *governance* fondata sulla partecipazione e la condivisione della cittadinanza.

2. PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA PROVINCIA

Attualmente, a diversi livelli di responsabilità politica ed istituzionale ed anche tra i semplici cittadini, nel mentre il Parlamento si appresta ad approvare il nuovo Codice delle Autonomie Locali, si sono alzate numerose voci critiche sulle Province con l'auspicio della loro soppressione, in quanto ritenute enti inutili. In tale contingenza storica, dunque, appare quanto mai opportuno rafforzare il ruolo della comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento, al fine di favorire nella pubblica opinione una valutazione più serena ed argomentata circa il ruolo e la funzione di questi enti, soprattutto in una realtà come quella campana, dove le aree interne, già sono scarsamente considerate nel contesto dell'aggressiva presenza della fascia costiera che assorbe attenzioni e risorse finanziarie.

La comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento è improntata alla imparzialità, veridicità, trasparenza del messaggio, alla sobrietà ovvero alla sua non autoreferenzialità, nel senso che essa rifugge da tentazioni di pubblicità e propaganda personalistica. Essa intende offrire al cittadino notizie ed informazioni sulle attività poste in essere dall'Amministrazione attiva.

Principio ispiratore, del Piano, nel rispetto delle esigenze della massima trasparenza nell'azione amministrativa, di rafforzare il dialogo tra l'ente e i cittadini, concetto che è alla base del rinnovamento della stessa Pubblica Amministrazione (a partire almeno dalla legge n. 241 del 1900 sull'accesso agli atti) e che si è venuto via via consolidando con la successiva produzione normativa.

Sulla scorta di tanto la Provincia di Benevento intende fornire una informazione corretta e scevra da trionfalismi sulle attività dell'ente con l'obiettivo di offrire al cittadino un quadro completo delle azioni poste in essere dall'ente medesimo sia rispetto agli obblighi istituzionali e statutari, sia attraverso le iniziative di sviluppo promosse dall'Amministrazione attiva secondo la visione delle politiche di sviluppo approvate con gli Indirizzi di Governo.

3. NORME DI RIFERIMENTO

Il Piano della Comunicazione della Provincia di Benevento per l'anno 2010 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 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 e che sia effettuata la rendicontazione entro il 31 marzo;
- ✓ 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";
- ✓ 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";

PROVINCIA DI BENEVENTO



- ✓ 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;
- ✓ al Decreto Legislativo del 7 marzo 2005, n. 82, recante il Codice dell'amministrazione digitale (G.U. n. 112 del 16-5-2005 - Suppl. Ordinario n. 93)
- ✓ Gazzetta Ufficiale del 3 ottobre 2006 - serie generale, n. 230 - la Deliberazione 18 maggio 2006, recante: "Regole tecniche per la definizione del profilo di busta crittografica per la firma digitale in linguaggio XML".

4. ORGANIZZAZIONE STRUTTURALE

Il Piano della Comunicazione si attua attraverso il Servizio Comunicazione della Provincia di Benevento, facente parte del Settore Relazioni Istituzionali, Affari Generali e Presidenza, secondo le indicazioni strategiche e le direttive del Presidente e dall'Amministrazione della Provincia nel contesto delle iniziative di governo. Il Servizio Comunicazione si struttura in due Unità Operative:

- a) U.O Comunicazione;
- b) U.O. Ufficio Relazioni con il pubblico.

La prima, dunque l'Unità Operativa Comunicazione, cura la comunicazione istituzionale e coordina la comunicazione interna dell'Ente e, a tale fine, si avvale anche della rete interna, della piattaforma web e dei media esterni, nonché di altri strumenti della multimedialità. L'U.O. ha competenza per le funzioni connesse alle attività di governo dell'ente ed alla comunicazione verso l'esterno. In tale ambito il Servizio provvede alla diffusione, attraverso gli organi d'informazione, delle notizie, attraverso i Comunicati Stampa, relative alle iniziative degli amministratori e ai servizi della Provincia. Produce direttamente, su indicazione del Presidente ovvero degli assessori, oppure partecipa alla produzione, sempre secondo le direttive, di materiale editoriale cartaceo, video e audio. Cura quotidianamente la Rassegna stampa per esclusivo uso interno nel rispetto delle norme sulla riproduzione e sul copyright, anche avvalendosi dei servizi informatici della Società e Testata giornalistica Albatronews e comunque integrandoli con la Rassegna cartacea tradizionale (direttamente dai giornali con la strumentazione classica). Cura la pubblicazione "La Provincia sannita", Autorizzato dal Tribunale di Benevento nel 1981, organo di comunicazione istituzionale dell'ente ai sensi dell'art. 4, comma 4 dello Statuto. Redige i Comunicati Stampa, i Testi dei documentari (DVD), i Testi dei redazionali pubblicati a pagamento sugli organi di stampa. Riguardo alla gestione dei grandi eventi che caratterizzano l'attività culturale e di promozione del territorio, l'U.O. ne cura la pubblicizzazione anche in sinergia con la Regione e/o altri enti pubblici e privati. Redige il Piano annuale della Comunicazione, come previsti dalla legge 150/200. Provvede alla gestione del Piano della Comunicazione di cui alla legge 150/2000 e agli adempimenti di cui al Dlgs. 177/05 e successive modificazioni ed integrazioni, compilando la rendicontazione relativamente alla pubblicazione delle inserzioni pubblicitarie e istituzionali sugli organi di Stampa. Si occupa della gestione dei grandi eventi e delle inaugurazioni promossi e/o partecipati dall'Ente, nonché di tutto che caratterizzano l'attività culturale e di promozione del territorio e, a questo proposito, il Servizio ne cura la realizzazione spesso in sinergia con la Regione e/o altri enti pubblici e privati. A tal fine provvede alla cura ed aggiornamento di una "mailing list" e di una lista di Autorità. Si occupa delle attività amministrativa e della cura dei provvedimenti connessi alla gestione di detti eventi (proposte di delibera, proposte di determine e atti vari). Cura i rapporti fra cittadini e pubblica amministrazione provvedendo a tenere alto il prestigio dell'ente. Provvede a mantenere contatti con i vari interlocutori sulla base degli indirizzi ricevuti dal Presidente e dalla Giunta. Si occupa, anche mediante affidamento a servizi esterni, del

PROVINCIA DI BENEVENTO



ricevimento delle delegazioni estere, della continuità nei rapporti con gli amministratori delle città gemellate e delle relazioni con le altre Nazioni.

Strettamente connesso alle problematiche della infrastruttura informativa, v'è quella della gestione contabile-finanziaria del flusso informativo medesimo. Rispetto al recente passato l'istituzione di un capitolo di spesa relativo alla "Comunicazione istituzionale" e, grazie ad un'opera di raccordo tra Ufficio Stampa, Autorità politica e Dirigenti, si è raggiunto un maggior controllo organico per la comunicazione e la pubblicità istituzionale.

La seconda Unità Operativa del Servizio, e dunque l'Ufficio Relazioni con il pubblico (Urp), ha la funzione di garantire l'accesso alle informazioni e al sistema dei servizi della Provincia. Si rivolge ai singoli cittadini, alle associazioni e agli altri enti pubblici; informa ed orienta sulla struttura organizzativa della Provincia, sugli orari e le attività dei servizi, sulle pratiche e la modulistica, garantisce il diritto di accesso agli atti, alle informazioni e ai documenti della Provincia, promuove il patrimonio informativo e le pubblicazioni dell'ente, favorisce la circolazione delle informazioni all'interno della rete degli Urp eventualmente presente sul territorio provinciale e dei circondari dell'ente medesimo, accoglie segnalazioni, proposte, proteste. L'URP si trova al piano terra della sede istituzionale dell'ente alla Rocca dei Rettori. Apposito Regolamento ne disciplina le attività. Allo stato occorre intervenire per migliorarne l'accesso e la visibilità, oggi preclusa da un percorso di accesso per i cittadini che si svolge in un'area distante dall'Ufficio stesso. Purtroppo sistemazione logistica migliore non è stata possibile trovare e tuttavia è evidente che occorre porre rimedio a tale situazione in quanto l'URP dovrebbe essere il primo Ufficio che il pubblico incontra sui suoi passi nel momento in cui si rivolge all'ente.

5. GESTIONE TECNICO-FINANZIARIA E CAPITOLI DI SPESA

La Provincia di Benevento ottempera agli obblighi derivanti dal rispetto del tetto minimo del 15% sull'impegno di spesa complessivo per la comunicazione pubblica istituzionale da riservare a favore dell'emittenza locale, secondo il dettato della legge n. 112/2004, nonché della tempistica della relativa rendicontazione entro il 31 marzo alla competente Autorità garante delle Comunicazioni delle somme impegnate ai fini della pubblicità istituzionale.

Il Bilancio di previsione, nel Piano Esecutivo di Gestione, sotto la responsabilità del Dirigente di Settore Relazioni Istituzionali, Presidenza e Affari Generali, vede appostati per la Comunicazione pubblica istituzionale due Capitoli di spesa:

- il 3763 "Spese diverse per la comunicazione" e
- il 119 "Iniziative e progetti di comunicazione istituzionale".

Sulla scorta di tanto la Provincia di Benevento intende fornire una informazione corretta e trasparente sulle attività dell'ente non in una ottica autoreferenziale, ma, al contrario, con l'obiettivo di offrire al cittadino un quadro completo delle azioni poste in essere dall'ente medesimo sia rispetto agli obblighi istituzionali e statuari, sia attraverso le iniziative di sviluppo promosse dall'Amministrazione attiva secondo la visione delle politiche di sviluppo approvate con gli Indirizzi di Governo.

Resta inoltre appostato

-il Capitolo di spesa n. 58 "Spese per la pubblicazione periodico Amministrazione provinciale" relativo alla pubblicazione de "La Provincia Sannita", periodico della Provincia dal 1981, giusta Autorizzazione del Tribunale di Benevento, previsto dall'art. 4 comma 4° dello Statuto dell'ente, *house organ* dell'ente. "La Provincia sannita" si occupa della divulgazione delle attività poste in essere dall'ente, di ricerche di natura storico-economica, della cultura e delle tradizioni locali. La Rivista consta di 60 pagine in quadricromia oltre che di quattro di copertina in quadricromia.

E' inoltre appostato

-il Capitolo di spesa 55 "Abbonamenti e acquisto testi e pubblicazioni varie" per l'acquisto dei giornali quotidiani preso Ditta di fiducia Affusto Elda al fine di redigere la Rassegna Stampa

Infine, apposito capitolo di Bilancio è stato istituito per questo 2010 in occasione del 150° anniversario della istituzione della Provincia di Benevento (25 ottobre 1860)

-il cap. 124 "Iniziative per il 150° anniversario della Provincia di Benevento".

6. CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE

PROVINCIA DI BENEVENTO



Rispetto ai contenuti della comunicazione istituzionale, fermo ovviamente restando tutto quanto agli adempimenti previsti per le gare d'appalto, forniture di servizi, acquisti etc., particolare attenzione occorre conferire:

- a) alla comunicazione di servizio;
- b) alle iniziative nel campo sociale e assistenziale;
- c) alle iniziative di sviluppo e d'intervento sul territorio;
- d) alle iniziative di tutela dell'ambiente e del territorio dalle aggressioni.

La voce a) riguarda quelle attività che comportano per i cittadini una particolare attenzione rispetto ad obblighi di legge o a comportamenti sociali che possono consentire il miglioramento della qualità della vita: a titolo esemplificativo si possono indicare il rispetto degli obblighi della denuncia delle caldaie da riscaldamento per uso domestico ovvero la necessità e la opportunità di non accendere fuochi nei boschi per i pic-nic.

La voce b), invece, riguarda un nervo scoperto della società civile sannita, in quanto il livello dei servizi socio-sanitari, soprattutto in alcune aree, è appena sufficiente o addirittura insufficiente. Di rilievo in questo ambito appare la comunicazione relativa, ad esempio, alla donazione di una ambulanza di "tipo A" alla Comunità di San Bartolomeo in Galdo.

In tale contesto, ovviamente, si colloca anche la voce c) che attiene, peraltro, strettamente ai compiti direttamente assegnati dalla legge alla Provincia – come ad esempio la tutela ed il miglioramento della viabilità provinciale; la tutela del patrimonio culturale; l'implementazione della rete museale, sviluppo economico, etc.

Per quanto concerne la voce c) essa assume un particolare rilievo a causa della violenza e della sconsideratezza di taluni comportamenti aggressivi nei confronti dell'ambiente, che peraltro costituisce un vero e proprio valore aggiunto del nostro Sannio. Le attività del Corpo di Polizia provinciale per la individuazione delle discariche abusive, il rispetto della legislazione sulla caccia e la pesca e le altre attività istituzionali del Corpo, nonché tutte quelle iniziative di carattere e natura promozionale, sul modello della cosiddetta "Pubblicità Progresso", come, ad esempio, le iniziative assunte con la cooperazione di Sannio Europa, quali i "Quaderni di Educazione ambientale" con il primo numero dal titolo "La Natura ha i suoi colori".

Occorre lavorare a più livelli, all'interno della stesso ente affinché i comportamenti e le risposte ai cittadini da parte dell'ente provincia sia adeguata al momento storico.

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 una iniziativa di coordinamento da parte dell'Unità Operativa Comunicazione, secondo le direttive del Presidente.

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 "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. Il "feedback", nel nostro caso, deve tener presente:

- le abitudini dei cittadini sanniti circa l'accesso agli strumenti dell'informazione con riferimento, soprattutto, alle attività della Provincia;
- la qualità percepita circa i differenti strumenti di comunicazione utilizzati;
- 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 istituzionale 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 bisogni, critiche, proposte, suggerimenti, etc.

PROVINCIA DI BENEVENTO



Il Piano della Comunicazione 2010 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, 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.

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 assumono gli opportuni contatti ed accordi con l'U.O. Comunicazione 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. nel contesto del budget finanziario del PEG per supportare la comunicazione del progetto e/o progetti (ad esempio: nelle spese per opere stradali vanno ricomprese le spese per la pubblicazione sui giornali dei bandi di gara d'appalto, ecc.).

7. STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Gli strumenti della Comunicazione Istituzionale sono:

- Cartacei e tradizionali: giornali, riviste, libri, saggi, ricerche storiche, brochure, pieghevoli, quaderni di divulgazione didattica, newsletters, testi di informazione specialistica, cataloghi, banche dati cartacee (Elenchi telefonici, etc.), Organi di informazione ufficiali – sebbene per questi occorre prendere atto delle novità introdotte dalla legislazione proposta dal Ministro Brunetta per la informatizzazione della Gazzetta Ufficiale della Repubblica e del Bollettino Ufficiale della Regione Campania;
- Televisivi e radiofonici (tele-radio pubbliche e private, con particolare riferimento a quelle locali secondo il dettato di legge innanzi richiamato per la riserva finanziaria a loro favore istituita);
- Informatici ed Interattivi;
- Tabelloni elettronici; tabelloni cartacei; banner.

Il metodo di lavoro del U.O. Comunicazione, 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:

- ✓ Campagne pubblicitarie;
- ✓ Produzione filmati, documentari, spot, audiovisivi, etc.;
- ✓ Comunicazione occasionale
- ✓ Eventi speciali
- ✓ Pubblicazioni
- ✓ Portale e Sito internet
- ✓ Partecipazione ad eventi esteri
- ✓ Partecipazione a fiere e mercati, etc.

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, 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. 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

PROVINCIA DI BENEVENTO



fosse ridotta o la manifestazione sia di minor peso, l'U.O. Comunicazione 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. Nei modi di legge, l'UO valuta il prezzo più conveniente per l'ente. 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 dell'Ente ed ha cura di distribuire in modo omogeneo sugli organi di informazione gli investimenti pubblicitari.

Produzione di filmati, documentari, spot pubblicitari, etc.

Nell'ambito della Società dell'immagine, particolare cura verrà riservata alla produzione di documentari e filmati sia in produzione diretta attraverso Società di Servizi a tanto appositamente attrezzate, sia attraverso il finanziamento o co-finanziamento di produzioni esterne dedicate al Sannio o che vedano il Sannio quale "location". Vengono ideati ed affidati alla realizzazione anche altri prodotti multimediali, come ad esempio: totem, pannelli luminosi, manifesti giganti (su supporto fisso o su supporto in movimento), etc.

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.

Eventi speciali

Anche in questo caso, il coinvolgimento dell'U.O. Comunicazione 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. 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; supervisiona tutto il materiale grafico (inviti, paline, segnaletica, pannelli ...) uniformandolo secondo le note direttive.

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", 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: 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 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).

Portale internet

Una maggiore collaborazione da parte di tutti i Settori dell'ente può implementare il Portale della Provincia. 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,

PROVINCIA DI BENEVENTO



probabilmente per impegni d'istituto, non hanno, sfruttato appieno le potenzialità del mezzo. L'uso delle reti e della posta elettronica ha raggiunto ormai livelli buoni; 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 con il "Progetto Giada" 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 portale opera una struttura esterna, e cioè la Società Marsec spa, interamente partecipata dalla Provincia stessa, coordinata dal U.O. Comunicazione, con referenti in tutti Settori.

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

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 del PEG del Dirigente di Settore Relazioni Istituzionali sia appostato un apposito capitolo di spesa del Bilancio preposto 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.

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.).

8. PROCEDURE

Per una comunicazione coordinata ed uniforme l'U.O. Comunicazione lavora al miglioramento e rafforzamento dell'immagine dell'Istituzione, sotto le direttive del Dirigente di Settore Relazioni Istituzionali, Presidenza e Affari Generali e dell'Autorità politica.

Tale strutturazione si traduce in un obiettivo raggiunto 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.

PROVINCIA DI BENEVENTO



Comunicazione. 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:

- ✓ L'immagine grafica coordinata
- ✓ Le concessionarie pubblicitarie
- ✓ Le redazioni
- ✓ L'attività di ascolto

L'immagine grafica coordinata

Il Piano visuale 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.

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.

Le redazioni

L'U.O. Comunicazione 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: 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.

L'attività di ascolto

L'attività di monitoraggio delle competenze e iniziative della Provincia è costante ed 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 ne segnalano all'U.O. Comunicazione la necessità.

9. SOGGETTI DELLA COMUNICAZIONE:

Ricordato che gli strumenti della Comunicazione istituzionale sono:

- Cartacei e tradizionali: giornali, riviste, libri, saggi, ricerche storiche, brochure, pieghevoli, quaderni di divulgazione didattica, newsletters, testi di informazione specialistica, cataloghi, banche dati cartacee (Elenchi telefonici, etc.), Organi di informazione ufficiali (sebbene per questi occorre prendere atto delle novità introdotte dalla legislazione proposta dal Ministro Brunetta per la informatizzazione della Gazzetta Ufficiale della Repubblica e del Bollettino Ufficiale della Regione Campania);
- Televisivi e radiofonici (tele-radio pubbliche e private, con particolare riferimento a quelle locali secondo il dettato di legge innanzi richiamato per la riserva finanziaria a loro favore istituita);
- Portali e siti web di Testate giornalistiche on line;
- Informatici ed Interattivi;

di seguito, si propone l'elenco dei principali corrispondenti (che fa riferimento anche ai Soggetti concessionari della pubblicità per ciascuna Testata: ad esempio, A. Manzoni & C. per la Testata la "Repubblica"; RCS per la Testata "Corriere della Sera"; Piemme per la Testata: "Il Mattino" di Napoli, etc.):

PROVINCIA DI BENEVENTO



- **1. Agenzie giornalistiche e di servizi giornalistici:**

ANSA, ASCA, ALBATRONEWS, Mira Relations, Videoteam, Arcadia Communication, Mediapress publishing, Emimedia;

- **2. Quotidiani cartacei nazionali:**

Il Sole 24 ore (nelle diverse edizioni tematiche); Il Corriere della sera/Il Corriere del Mezzogiorno (nelle diverse edizioni tematiche); Repubblica/Repubblica Napoli (nelle diverse edizioni tematiche); Il Mattino (nelle diverse edizioni tematiche); Italia oggi; Milano Finanza; Il Denaro (nelle diverse edizioni tematiche), Voce della Campania e Voce delle Voci;

- **3. Quotidiani cartacei locali:**

Il Mattino - Edizione di Benevento; Il Sannio Quotidiano;

- **4. Periodici locali:**

Benevento, Elleti news, Gazzetta di Benevento, Il Quaderno, Il Sannita, Messaggio d'oggi, Realtà Sannita, Sannio sport, Tempi nuovi, *Insalute*, Gran Bazar, Leggicittà;

- **5. Portali e siti web regionali/nazionali:**

Televideoregionale RAI; metropolisweb.it; corriere.it; repubblica.it

- **6. Portali e siti web locali:**

beneventofree.it; corrieredelsannio.it; ilcorrieredelsannio.it; elleti.it; epicentrobenevento.it; gazzettabenevento.it; ilquaderno.it; ilmattino.it; ilsannioquotidiano.it; ilsannita.it; ntr24.it; retesei.com; sannioipress.it; tvsette.net; vivitelese.it;

- **7. Emittenti televisive locali:**

CDS TV, ELLETV, Nuova Telebenevento; NTR24, TV7; Retesei; Mediatv;

- **8. Emittenti radiofoniche locali:**

Antenna Benevento International; Radio Città; Radio Luna; Radio Company network; Radio Telesia;

- **9. Altri Soggetti di informazione istituzionale:**

Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana; Bollettino Ufficiale della Regione Campania; "Le Province" - Unione delle Province d'Italia; Regione Campania; Comune di Napoli; Marsec spa, Sannio Europa, Art Sannio Campania; Betelgeuse srl; Primafila;

Ai predetti Soggetti, ciascuno per la propria specificità e per il proprio linguaggio di comunicazione (cartaceo, video, audio, audio/video, interattivo, digitale etc.), nell'ambito delle disponibilità di Bilancio, nel rispetto dei principi e delle norme regolanti la materia della comunicazione istituzionale – secondo il quadro di cui al paragrafo n. 3 del presente Piano -, ed in particolare nel rispetto delle quote percentuali di spesa a tanto previste, con l'obbligo della rendicontazione annuale all'Autorità garante delle Comunicazioni, vengono affidati progetti ed iniziative di comunicazione istituzionale e/o iniziative di promozione istituzionale

10. EVENTI A SCADENZA FISSA E ANNIVERSARI

Il Piano della Comunicazione istituzionale tiene in particolare conto gli eventi a scadenza fissa in occasione di ricorrenze istituzionali per le quali occorre una particolare attenzione nei flussi informativi, d'intesa con le Autorità istituzionali (Prefettura, in primo luogo, Regione Campania, Comune capoluogo, Enti ed organismi dello Stato). Le principali ricorrenze istituzionali sono:

-Giornate per il Ricordo delle Vittime dell'Olocausto, delle Foibe sul fronte orientale, del Terrorismo;

-Feste nazionali civili: 25 aprile; 2 giugno; 4 novembre

-Festa della Polizia di Stato

-Festa dell'Arma dei Carabinieri;

-Festa della Guardia di Finanza;

-Festa della Polizia penitenziaria;

-Festa dei Vigili del Fuoco.

Inoltre, particolare cura la comunicazione istituzionale riserva agli appuntamenti promossi e/o curati direttamente dalla Provincia di Benevento nell'ambito delle attività di relazione istituzionale, internazionale, culturali :

-Il Gladiatore d'oro,

-Rassegna SannioEstate,

-Columbus Day in New York

PROVINCIA DI BENEVENTO



Vengono in rilievo inoltre gli appuntamenti annuali o a scadenza fissa cui la Provincia di Benevento attribuisce particolare rilievo a ragione della loro peculiarità e significato. Quanto agli appuntamenti cui la Provincia partecipa da anni con il proprio logo e il proprio patrocinio:

-SannioFilmfest;

-Bentorrone;

-Feste del vino (a Guardia Sanframondi, Solopaca, Torrecuso, Sant'Agata de' Goti);

-Raduno delle Mongolfiere a Fragneto Monforte;

In questo 2010 assume formidabile rilievo la scadenza di:

-Riti Settennali dell'Assunta in Guardia Sanframondi;

-Centenario dell'ordinazione sacerdotale di Padre Pio da Pietrelcina (10 agosto);

-etc.

Ma particolare attenzione dovrà essere riservata alla ricorrenza del 150° anniversario della istituzione della Provincia di Benevento.

Ricorre infatti nel 2010 il 150° anniversario della istituzione della Provincia di Benevento, a seguito del decreto del 28 ottobre 1860 a firma del pro-dittatore Giorgio Pallavicino per conto di Giuseppe Garibaldi e Vittorio Emanuele di Savoia.

La decisione dell'Eroe dei due Mondi di istituire la Provincia di Benevento fu la conseguenza di un patto assunto nell'agosto del 1860 dal Comitato rivoluzionario Unitario di Napoli nei confronti del Comitato garibaldino di Benevento, guidato da Salvatore Rampone, e finalizzato a liberare la città dagli 800 anni circa di dominio dello Stato pontificio, di cui Benevento era possedimento ed "enclave" all'interno del regno di Napoli (a seguito del Trattato di Worms del 1052), prima ancora che Garibaldi avesse completato la spedizione dei Mille.

I garibaldini beneventani avevano onorato il loro impegno il giorno 3 settembre successivo allorché lo stesso Rampone, appoggiato all'esterno da una compagnia di Cacciatori Irpini, al comando di Giuseppe De Marco, che si era accampata nella notte in contrada Torrepalazzo, aveva deposto il Rettore pontificio, Eduardo Agnelli, senza spargimenti di sangue. La liberazione di Benevento e la immediata proclamazione della fedeltà dei rivoltosi agli ideali dell'Italia unita in nome di Garibaldi di Savoia, mentre ancora Garibaldi non era entrato in Napoli, né tanto meno aveva ancora sconfitto il Borbone, furono immediatamente rappresentati al Garibaldi dai patrioti beneventani i quali reclamarono presso il Dittatore il rispetto dell'impegno d'onore assunto dal Comitato Unitario. Tanto effettivamente avvenne in data 25 ottobre del 1860. Successivamente, il 17 febbraio 1861 il Luogotenente generale del Re di Savoia confermò l'istituzione della Provincia voluta da Garibaldi.

Gli eventi del 1860 costituiscono dunque un fondamentale fulcro e lo snodo delle politiche di comunicazione della Provincia di Benevento per l'anno 2010.

La ricorrenza del 150° dell'istituzione della Provincia peraltro anticipa di pochi mesi il 150° dell'Unità d'Italia sicché i due momenti della vita pubblica del Sannio e del nostro Paese restano indissolubilmente saldati ponendo forte, da un lato, il problema di una adeguata sensibilizzazione da parte delle strutture dell'ente stesso rispetto a tali scadenze, e dall'altro la necessità di avviare un percorso di comunicazione pubblica istituzionale che si di adeguato livello rispetto ai valori fondanti della nostra società civile.

Dal punto di vista storico, il territorio del Sannio si è sempre caratterizzato per una fortissima ricerca e per una altrettanto caparbia tutela della propria identità e della propria peculiarità.

Basteranno pochi riferimenti, a parte quello celeberrimo della vittoria delle Forche Caudine sulle legioni romane, che è entrato a tal punto nell'immaginario collettivo da essere diventato un vero e proprio "modo di dire": come quello di Tito Livio sui "Samnites, fortissima gens ..."; come quello di Marco Tullio Cicerone che affermò che i sanniti, nonostante la sconfitta infine patita dai romani, rifiutarono di imparare il latino; o come quella della Guerra sociale tra il 91 e l'88 a.C., allorché, al comando del sannita Caio Papio Mutilo, la Lega italica batté moneta con il nome "Italia" e avviò una campagna di guerra contro quella che veniva avvertiva come l'oppressione romana.

E questo per tacere la straordinaria esperienza storica della dominazione longobarda con il Ducato e il Principato con capitale Benevento.

Nel corso dei secoli della dominazione pontificia a Benevento lo spirito di indipendenza e la precisa identità storica si manifestò sempre, anche con aperte rivolte nei confronti del potere costituito: come nel caso di

PROVINCIA DI BENEVENTO



quella del 1511 capeggiate dal Sabariani, come quella che vide la città lottare per impedire la cacciata dell'insediamento ebraico in città, che il Papa ordinò nel XVI secolo, etc.

I patrioti beneventani di epoca risorgimentale combattevano dunque sia per l'Unità d'Italia sia per la ricostruzione del glorioso passato del Sannio: avevano dunque un fortissimo bisogno di libertà e di istituti di partecipazione da costruire nel solco della tradizione di dignità storico e di identità culturale da salvaguardare. La Provincia ai loro occhi diventava il riconoscimento di un passato glorioso, ma anche uno strumento di riscatto da una condizione umiliante dal punto di vista socio-economico. Del resto, in molti dei patrioti la stessa Provincia doveva essere il nucleo fondatore di una Regione Sannio, dai confini indeterminati e indefiniti, ma probabilmente coincidenti con le aree di insediamento delle tribù dei Sanniti dei Pentri, degli Irpini, dei Frentani.

Nella costruzione di un rapporto forte tra Istituzioni locali, confini territoriali, omogeneità di condizioni orografiche e socio-economiche, bisogno di rappresentanza dei popoli sanniti si consumarono grandi battaglie parlamentari nel parlamento del nuovo Regno d'Italia in quanto alcune Province erano contrarie alla nuova istituzione voluta da Garibaldi: ma lo scontro, dal quale il nuovo ente non uscì soccombente, testimonia comunque come l'artificiosità dell'aggregazione suggerita dai patrioti beneventani, toccava comunque il nocciolo duro della questione istituzionale nel nostro Paese e cioè individuare un livello di governo che fosse adeguato ai problemi, alle caratteristiche e ai bisogni delle popolazioni.

Ai tempi del Risorgimento era già ben chiaro a tutti, anche alla classe borghese e nobiliare, il livello di povertà assoluta delle classi contadine e lavoratrici, la carenza formidabile della igiene pubblica, il bassissimo numero di alfabetizzati, la mancanza di infrastrutture viarie: basterebbe per questo citare la sola "Descrizione del Contado del Molise" del Giuseppe Maria Galanti, insigne illuminista e studioso di economia, nativo di Santa Croce del Sannio. I patrioti beneventani ritenevano che fosse necessaria una istituzione forte in grado di garantire quello sviluppo che "secoli di obliovione" (com'è scritto sulla targa in onore del Re d'Italia sulla facciata della Rocca dei Rettori) avevano negato. La speranza che la sola istituzione della Provincia di Benevento potesse risolvere i problemi delle aree interne sannite fu presto delusa dai troppo soverchianti fattori che resero difficoltoso il cammino del popolo sannita verso il progresso sociale e civile (l'emigrazione, il brigantaggio, le politiche governative a favore dell'industria del Nord, la debolezza complessiva dell'apparato produttivo ed economico del Paese, etc.).

Del resto, andò delusa anche la speranza dell'istituzione della Regione Sannio: i Padri Costituenti, subito dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, scelsero diversamente. Ma proprio questa antica aspirazione, mai soddisfatta, che si è scontrata nel corso degli anni con i difficili rapporti con le aree costiere, che hanno altri problemi, altre emergenze sociali e altre aspettative, dà la misura della forza di quel sogno di tutela della identità locale che i patrioti di epoca risorgimentale chiedevano alla Provincia di Benevento.

Diventa questo dunque il tema fondamentale del dibattito politico-istituzionale in occasione del 150° anniversario della Istituzione della Provincia.

Esso peraltro ricade nel tempo in cui molti commentatori politici e alcuni partiti vorrebbero l'abolizione "tout court" delle Province dal dettato della Carta Costituzionale, ritenendo detti enti inutili e costosi – anche in relazione alle note e gravi emergenze di finanza pubblica.

Il Piano della Comunicazione della Provincia di Benevento 2010, dunque, nel contesto di tali problematiche di natura istituzionale, definisce gli obiettivi e la strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, *on line*, produzione di documentari e filmati, 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*).

Per ricordare gli eventi epocali connessi alla istituzione della Provincia di Benevento e all'Unità d'Italia si delinea il seguente Piano di Comunicazione, cui viene data attuazione a cura della Dirigente del Settore Relazioni istituzionali e dall'UO Comunicazione.

Il progetto di comunicazione per le celebrazioni del 150mo anniversario della istituzione della Provincia di Benevento dovrà partire dalla definizione di una identità visiva chiara e riconoscibile (marchio e logo) che l'ente adotterà – nell'anno di riferimento – a corredo di tutte le sue azioni ed iniziative di comunicazione (es. dal foglio lettera della Ufficio di Presidenza, al sito web istituzionale per finire alla comunicazione elaborata per le manifestazioni direttamente organizzate o solo patrocinata dall'ente).

PROVINCIA DI BENEVENTO



Il marchio e logo rappresenta la pietra miliare sulla quale poi costruire ed armonizzare le singole azioni del Piano della Comunicazione che, a sua volta, dovrà tener conto di alcune variabili: le iniziative messe in campo dall'ente (02/09/2010, 03/09/2010, 25/10/2010 ed infine febbraio 2011); le iniziative a supporto delle celebrazioni; l'estensione temporale delle celebrazioni; il bacino territoriale sul quale insisteranno le iniziative celebrative; il target (pubblico interclassista); gli obiettivi immediati e futuri che si intendono raggiungere

Il Piano della Comunicazione prevede, oltre alla costruzione del marchio e logo, la progettazione e condivisione di un'immagine istituzionale coordinata al fine di dare particolare risalto alla comunicazione istituzionale della Amministrazione attiva alla Provincia.

Per le iniziative di comunicazione istituzionale connesse all'evento si procederà con appositi, separati provvedimenti amministrativi nello spirito e nella lettera del presente Piano della Comunicazione con coinvolgimento di tutte le Testate (multimedialità), con un costo presunto del Piano è quantificabile in € 24.000,00 (ventiquattromila).
