



PROVINCIA DI BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 185
del 25 LUG 2012

Oggetto: PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2012. PROVVEDIMENTI.

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

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

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLETTI _____

IL PRESIDENTE PROPONENTE A. CHY

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

Ricordato che Il Consiglio Provinciale di Benevento ha approvato, con delibera n. 22 del 7 luglio 2012, il Bilancio di previsione per il 2012;

Vista la legge 7 giugno 2000, n. 150, concernente "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni";

Rilevata la necessità di provvedere, in ottemperanza alla legge n. 150 del 2000, all'approvazione del Piano della Comunicazione per l'anno 2012;

Visto il Piano della Comunicazione per l'anno 2012 della Provincia di Benevento, allegato alla delibera quale parte integrante e sostanziale;

Preso atto che il Piano della Comunicazione per l'anno 2012 prevede: i principi, gli obiettivi, le finalità, gli indirizzi, gli obiettivi, i contenuti, gli strumenti, la struttura organizzativa della comunicazione istituzionale della Provincia; nonché i Soggetti e i referenti, e cioè le Testate giornalistiche o le Aziende specializzate nei diversi strumenti di comunicazione, con cui la Provincia si interfaccia per la diffusione al pubblico di avvisi e comunicazioni concernenti le iniziative istituzionali;

Preso altresì atto che nel Bilancio di previsione per il 2012 e nella relativa Relazione Programmatica per il 2012/2014, è previsto per le esigenze della comunicazione istituzionale obbligatoria, un budget di € 20.313,00 sull'Intervento 1.01.01.03, mentre per le esigenze della comunicazione istituzionale non obbligatoria è previsto un budget di € 14.000,00 sull'Intervento 1.01.09.03;

Si propone di:

- approvare il Piano della Comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento per l'anno 2012, come da allegato che forma parte integrante e sostanziale della delibera;
- onerare il Dirigente di Settore per tutti gli adempimenti conseguenti e previsti per legge.

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)

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta.

Li _____

IL DIRIGENTE DEL SETTORE
GESTIONE ECONOMICA
(Dott.ssa Filomena Lazazzera)

Su relazione del Presidente e ad unanimità dei voti

La premessa forma parte integrante del presente dispositivo;

- Di approvare il Piano della Comunicazione istituzionale della Provincia di Benevento per l'anno 2012, contenuto nell'allegato che forma parte integrante e sostanziale della presente delibera;
- Di onerare il Dirigente di Settore per tutti gli adempimenti conseguenti e previsti per legge;
- Di prendere atto che, stante l'urgenza a provvedere, con distinta e separata votazione resa all'unanimità, la presente deliberazione viene dichiarata immediatamente eseguibile.



PROVINCIA DI BENEVENTO

Allegato

PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2012

1. PREMESSA

Gli effetti negativi della recessione economica a livello globale si fanno avvertire con sempre maggiore drammaticità a livello locale.

Il livello della povertà della popolazione sannita, secondo la Caritas Campania, è giunto al 19,2% mentre la media nazionale è all'11%. Tutti i comparti del settore manifatturiero, sempre secondo la Camera di Commercio, registrano dal 2010 al un saldo negativo: il tessile (-10), il legno (-6), la fabbricazione di minerali non metalliferi (-4). Numerose sono le vertenze del lavoro che ancora sono irrisolte. Devastanti, poi, sono le conseguenze sul territorio dei tagli di risorse finanziarie, inferti a livello centrale e regionale per il Trasporto pubblico locale, restringendo in maniera indiscriminata la mobilità pubblica da e per i piccoli centri montani, con pesantissimo pregiudizio, tra l'altro, per l'esercizio del diritto allo studio da parte dei giovani che non possono più raggiungere le Scuole della Secondari Superiore per la gran parte allocate nel capoluogo.

La riduzione formidabile degli investimenti di spesa pubblica, in particolare per quanto riguarda le infrastrutture materiali e immateriali, a causa dei rigidissimi vincoli imposti dal Patto di Stabilità strozza ulteriormente l'economia locale.

In tale situazione generale, viene inoltre in rilievo l'ipotesi di soppressione o accorpamento dell'Ente Provincia che il Governo in carica persegue ai fini del contenimento della spesa pubblica. La contrazione delle risorse disponibili, secondo il Governo, può e deve essere accompagnato da ulteriori misure affinché l'intero sistema non vada in "default"; tra questi misure si segnalano quelle relative alla soppressione degli enti cosiddetti "inutili" tra i quali sono annoverate anche le Province.

2. OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

L'Amministrazione attiva al governo della Provincia di Benevento, in tale contesto, non può che aderire agli indirizzi che il Governo Monti ha voluto introdurre nell'amministrazione della cosa pubblica. L'Amministrazione pertanto promuove una comunicazione istituzionale improntata a fornire alla pubblica opinione e ai cittadini utenti un messaggio di austerità anche nel perseguimento e conseguimento degli Indirizzi Generali approvati dal Consiglio Provinciale nell'anno 2008.

Nel flusso comunicativo istituzionale di particolare rilievo sono due indirizzi fondamentali che l'Amministrazione in carica intende perseguire: a) l'impegno affinché non siano soppresse o accorpate le Province; b) le celebrazioni in ricordo dell'epoca longobarda ad una anno dall'inserimento della Chiesa di Santa Sofia nel Patrimonio Unesco.

Per quanto riguarda l'impegno affinché la Provincia possa continuare a svolgere il proprio ruolo e la propria funzione, si individuano i seguenti principali obiettivi che la comunicazione deve sottolineare la necessità di assicurare sia la tutela dei bisogni e delle istanze dell'area vasta di riferimento, anche in contrasto con la competitività aggressiva fascia urbana metropolitana; sia la permanenza, in uno con l'Istituzione Provincia, anche di tutti i servizi pubblici statali decentrati sul territorio nella dimensione provinciale (Prefettura, Questura, Camera di Commercio, Ufficio scolastico provinciale, INPS, etc.), che sarebbero cancellati insieme all'Ente Provincia, con grave pregiudizio per il PIL provinciale che è costituito al 68% proprio dagli stessi servizi.

Per quanto riguarda la celebrazione dell'epoca longobarda si ricorda che l'Unesco ha inserito nella Lista del Patrimonio Mondiale la Chiesa di Santa Sofia di Benevento, eretta dal principe longobardo Arechi II: l'Amministrazione in carica alla Provincia ha ritenuto di dover sviluppare un approfondito discorso per la riscoperta e la valorizzazione dell'epopea longobarda sul territorio del Sannio, che per oltre 500 anni è stato uno straordinario polo propulsore dell'economia e della cultura nel Mezzogiorno, portando Benevento ad essere capitale prima del Ducato e successivamente del Principato. Il Museo del Sannio, Istituto culturale di proprietà della Provincia, custodisce numerosi tesori di epoca longobarda (armi,

reperiti archeologici, monete, etc.): esso viene dunque individuato come il centro del rinnovato interesse dei cittadini sia verso quell'epoca storica sia, di conseguenza, quale conclusione di un impegno pluriennale dell'Amministrazione in carica per la riscoperta dei valori e degli ideali che animarono i patrioti sanniti che vollero l'Istituzione della Provincia di Benevento (1860) e l'Unità d'Italia (1861). La mobilitazione che l'Amministrazione in carica promuove e che parte dal passato anche remoto, per una rivalutazione storica di una così prestigiosa appartenenza, ne discende la mobilitazione politico-istituzionale per far sì che il Sannio possa riprendere quel cammino verso lo sviluppo socio-economico che ha subito invece dei colpi durissimi in questi ultimi tempi.

3. INTERVENTI PRINCIPALI

Al fine del conseguimento delle indicazioni programmatiche per evitare la soppressione o l'accorpamento della Provincia di Benevento la comunicazione privilegia tutte le iniziative che l'Amministrazione, attraverso i suoi Organi, intende assumere sia nella convocazione dei Tavoli interistituzionali, sia nei rapporti con gli altri Enti e Soggetti pubblici istituzionali (Regione, Parlamento, Governo centrale), sia nei dibattiti con le forze sociali, imprenditoriali e l'Associazionismo. Per quanto concerne la celebrazione de "L'Anno dei Longobardi" particolare rilievo assume la consegna alla cittadinanza di un'opera in bronzo del Maestro contemporaneo Mario Ferrante dedicata ad Arechi II. L'opera del Ferrante, peraltro, rientra nell'ambito di un Trittico sull'identità locale che lo stesso Maestro, per conto della Provincia, ha realizzato con le Opere: "La Battaglia delle Forche Caudine" del 2010 (dedicata al periodo della dominazione sannita), installata presso la Corte della Rocca dei Rettori e l'"Eccidio di Pontelandolfo" del (in ricordo della strage del 14 agosto 1861 ad opera dell'Esercito regolare italiano), installata presso la cittadina dell'Alto Tammaro: con "Arechi II" si conclude pertanto un complesso ed articolato programma di comunicazione istituzionale che concerne tutti i più rilevanti aspetti della storia sannita.

Obbedisce allo stesso obiettivo della promozione dei valori culturali ed ideali della gente sannita anche la organizzazione in questa medesima ottica, si colloca l'appuntamento del Premio "Il Gladiatore d'oro", giunto all'appuntamento della X edizione, cui si intende attribuire particolare rilievo appunto per il conseguimento del suo primo decennale.

Di rilievo sia per la qualità delle proposte, che per la risposta attesa dalla cittadinanza il programma di iniziative espositive, tra le quali si segnalano quelle nelle Sale della Rocca dei Rettori

4. BUDGET FINANZIARIO

Il budget finanziario a disposizione per la comunicazione pubblica, così come previsto nel Bilancio 2012 della Provincia di Benevento, distingue tra la "comunicazione istituzionale obbligatoria" con una previsione di € 20.313,00 sull'intervento 1.01.01.03; e tra la "comunicazione istituzionale non obbligatoria" con una previsione di € 14.000,00 sull'intervento 1.01.09.03.

5. STRUMENTI COMUNICATIVI

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 e Interattivi;
- Tabelloni elettronici; tabelloni cartacei; banner.

Il metodo di lavoro dell'U.O. Comunicazione del Settore Relazioni istituzionali, Affari generali e Presidenza, in quanto funzionale a una corretta applicazione del Piano di Comunicazione, consiste nella individuazione, per ciascun messaggio, di uno o più dei seguenti strumenti operativi: -Conferenze Stampa; -Campagne pubblicitarie; -Produzione filmati, documentari, spot, audiovisivi, etc.; -Comunicazione occasionale; -Eventi speciali; -Pubblicazioni; -Portale e Sito internet; -Partecipazione a eventi esteri; -Partecipazione a fiere e mercati, etc.

Conferenze Stampa

La Conferenza Stampa è lo strumento principale d'intervento della Amministrazione attiva nel mondo della comunicazione. La Conferenza Stampa si convoca in occasioni di rilevante interesse per il pubblico con la necessità, avvertita dall'Amministrazione, di dare in anteprima ai cittadini una

Comunicazione di particolare rilevanza che necessita, al di là dello strumento del Comunicato Stampa, un rapporto più diretto con gli operatori del mondo dell'informazione anche al fine di illustrare meglio, attraverso il meccanismo della domanda e della risposta, l'oggetto della riunione stessa. La Conferenza Stampa di norma si convoca presso la sede istituzionale dell'ente, salvo casi particolari. Una diversa "location" infatti potrebbe meglio sottolineare la gravità della questione oggetto della comunicazione e l'importanza dell'incontro stesso. Vanno evitate iniziative estemporanee degli assessori ed, ancor più, dei dirigenti al di fuori dei canali istituzionali

Campagne pubblicitarie

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; verifica della sua efficacia.

Esperita tale fase, l'U.O. organizza campagne pubblicitarie complesse che prevedono il ricorso alle affissioni, alla dinamica e a mezzi innovativi. Risulta evidente che, qualora la disponibilità economica 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 equiparare i prezzi e valutare quello più conveniente. L'U.O. valuta la opportunità di ricorrere (e con quali mezzi) a strumenti pubblicitari nuovi. L'U.O. suggerisce una creatività in linea con l'immagine grafica dell'Ente e 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 e affidati alla realizzazione anche altri prodotti multimediali, come ad esempio: totem, pannelli luminosi, manifesti giganti (su supporto fisso o 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 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 U.O. 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, segnaletica, pannelli ...) uniformandolo alle 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. Vengono realizzati anche prodotti editoriali in collaborazione con Case editrici.

Portale internet

Una maggiore collaborazione da parte di tutti i Settori dell'Ente può implementare il Portale della Provincia. Per la gestione, mantenimento e sviluppo del Portale opera una struttura esterna, e cioè la Società Marsec spa, interamente partecipata dalla Provincia, coordinata dal U.O. Comunicazione, con referenti in tutti i 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 organizzazione dei dati è stata proposta a tutti Settori una direttiva del Presidente. La completezza delle informazioni è possibile grazie a un migliore approccio verso le tecnologie informatiche e tenendo conto che con il Portale, a ragione del suo linguaggio diretto e 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 si è attestato su cifre rilevanti e 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 del processo di informatizzazione interno.

Partecipazione a eventi esteri

La partecipazione a 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 con la New York University).

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.).

Per una comunicazione coordinata e 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.

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 e 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.

6. REFERENTI OPERATIVI E TESTATE

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 e Interattivi;

di seguito, si propone l'elenco dei principali corrispondenti (che fa riferimento anche ai Soggetti concessionari della pubblicità: 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.):

- 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); La Repubblica e La 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, 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; bcrmagazine.it; ntr24.it; retesei.com; sannioPress.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;

- 10. Altri Soggetti della Comunicazione:

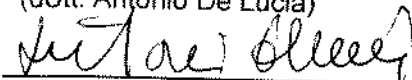
Natan Edizioni scarl, Betelgeuse, srl, Video team, Mira relations, Marsec spa, AR.ECA. scarl.

7. SCADENZE ISTITUZIONALI

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).

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.

Il responsabile del Servizio
(dott. Antonio De Lucia)



Il Dirigente del Settore Relazioni Istituzionali
Presidenza e Affari Generali
(dott.ssa Irma Di Donato)



Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE
(Prof. Ing. ANILIO CRISTOFARO)

N. 257

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

27 LUG. 2012

IL MESSO

IL MESSO NOTIFICATORE
(Alessandro DE CRISTOFARO)

IL SEGRETARIO GENERALE

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

La sujestesa 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. Pers. AA.BB. prot. n. _____

SETTORE Gestione Economica prot. n. _____

SETTORE Dir. De. Lucie il _____ prot. n. _____

Revisori dei Conti il _____ prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

Conferenza dei Capigruppo il _____ prot. n. _____