



# Regione Umbria - Assemblea legislativa

---

## QUESTION TIME (7) POLITICA: “CRITERI E MODALITÀ PER CAMPAGNA PUBBLICITARIA 'UMBRIA LA NOSTRA RAGIONE'” - A ROSI (FI) HA RISPOSTO ASSESSORE BRACCO “OBBLIGO INFORMARE CITTADINI SU ATTIVITÀ REGIONE”

24 Febbraio 2015

**(Acs)** Perugia, 24 febbraio 2015 - Durante la seduta odierna di question time, **Maria Rosi**, consigliere regionale di Forza Italia, ha chiesto all'Esecutivo regionale “in base a quali criteri normativi è stata aggiudicata la procedura di gara per la realizzazione della campagna pubblicitaria 'Umbria la nostra ragione', gli importi a tal fine stanziati, le modalità di selezione e invito degli operatori pubblicitari nonché le modalità di evasione ordini e relativi pagamenti”. Rosi ha definito la “campagna pubblicitaria” predisposta dalla Giunta regionale “particolarmente imponente e con una diffusione capillare su tutto il territorio umbro e per la quale sono stati indubbiamente stanziati importi considerevoli”.

L'assessore regionale **Fabrizio Bracco** ha risposto rimarcando come “una costante informazione dei cittadini, per quanto riguarda la propria attività, è un obbligo di legge. Una parte del Por Fesr e una parte del Psr prevedono proprio risorse per la comunicazione. Tant'è che la Giunta regionale, nel febbraio 2008, ha elaborato un piano di comunicazione poi approvato anche dalla Commissione Europea e quindi autorizzato. C'è poi la legge regionale, '3/2000' che obbliga a promuovere la più ampia comunicazione istituzionale delle attività proprie per garantire un qualificato rapporto informativo di partecipazione tra cittadini e Istituzioni. Nel luglio del 2014, la Giunta regionale ha avviato una campagna di comunicazione istituzionale, finanziata in una parte con il fondo Por Fesr Fse e una parte attraverso il bilancio regionale, per 170mila 800 euro totali, di cui 91mila 500 con riferimento al Por Fesr e 79mila 300 euro dal bilancio regionale (comunicazione istituzionale). Nel merito è stata attivata una procedura negoziata a cui sono state invitate alcune ditte: nel caso della progettazione di azione sono state invitate dieci ditte dalla comunicazione istituzionale e dieci dal servizio provveditorato gare e contratti. Le ditte sono state individuate tramite 'Mepa- Consip', a cui è stato chiesto un progetto e al massimo ribasso è stato assegnato il compito dell'ideazione. Con la stessa procedura si è provveduto alla spesa per l'affissione, 76mila euro, e stessa procedura per il social media marketing. Tutte queste procedure sono state assunte con determine dirigenziali che, essendo atti pubblici, sono da tutti leggibili sul canale 'Trasparenza' della Regione”.

Maria Rosi, nella replica, si è dichiarata “non soddisfatta della spiegazione tecnica”, aggiungendo che, “in un periodo di crisi come questo, pur riconoscendo l'importanza della comunicazione, queste risorse provenienti dalla Comunità Europea potevano essere utilizzate in maniera diversa e migliore”. AS/

---

**Source URL:** <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/question-time-7-politica-criteri-e-modalita-campagna-pubblicitaria>

### List of links present in page

- <http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/question-time-7-politica-criteri-e-modalita-campagna-pubblicitaria>