

CO.RE.COM. ABRUZZO
Comitato Regionale per le Comunicazioni

Deliberazione n. 23 del 19/04/2021

OGGETTO: Interventi straordinari a sostegno delle imprese operanti nel settore della comunicazione e dell'informazione di cui all'art. 19 bis L.r. 10/2020 – individuazione di testimonial della campagna di promozione istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere le eccellenze regionali abruzzesi.

L'anno duemilaventuno, il giorno diciannove del mese di aprile, alle ore 12,30 si è riunito il Comitato Regionale per le Comunicazioni così costituito:

		Pres.	Pres. da remoto	Ass.
Presidente	Ricardo Chiavaroli		x	
Componenti	Roberta Galeotti		x	
	Gaetano Di Tommaso		x	

IL COMITATO

VISTA la legge regionale n. 45 del 24 agosto 2001, recante “*Istituzione del Comitato regionale per le comunicazioni della regione Abruzzo*” e, in particolare, l'art. 2 che:

- al comma 2 prevede che il Comitato “Quale organo regionale esso svolge funzioni di governo, di garanzia e di controllo in tema di comunicazione, secondo le leggi statali e regionali”;
- al comma 3 prescrive che “Il Comitato, oltre alle funzioni proprie ed alle funzioni delegate di cui agli articoli 13 e 14, svolge le attività affidategli da leggi o provvedimenti statali e regionali”;

RICHIAMATA la L.r. n. 10 del 03/06/2020 e ss.mm.ii. recante le “Disposizioni urgenti a favore dei settori turismo, commercio al dettaglio ed altri servizi per contrastare gli effetti della grave crisi economica derivante dall'emergenza epidemiologica da COVID-19” ed in particolare l'art. 19 bis che dispone “*Al fine di sostenere le imprese produttive e le attività commerciali operanti sul territorio regionale, gravemente danneggiate dalla crisi economica derivante dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, le eventuali economie che si dovessero generare dall'attuazione dell'articolo 19 possono essere utilizzate dal Co.Re.Com. Abruzzo per la realizzazione e gestione di una campagna pubblicitaria istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere, attraverso gli organi di informazione locale, quali TV, Radio, Giornali e Testate online, l'acquisto di prodotti regionali.*”;

RICHIAMATA la delibera n. 116 del 15/12/2020 con la quale il Comitato pro tempore ha individuato ed adottato specifici indirizzi operativi volti a dare concreta esecuzione alle previsioni di cui al citato art. 19 bis della L.r. n. 10/2020, prevedendo in particolare:

1. di destinare il 10% delle economie determinatesi dall'applicazione dell'art. 19 del medesimo disposto normativo per l'affidamento del servizio di ideazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere l'acquisto delle eccellenze regionali, individuando allo scopo un operatore economico cui affidare il servizio di ideazione e realizzazione di un concept per inserzioni pubblicitarie per carta

- stampata, web, radio e tv con relativa progettazione del layout informativi e comunicativi grafici da declinare su vari supporti (in appositi banner, spot e redazionali);
2. che la campagna di promozione istituzionale debba essere espletata attraverso la produzione di n° 4 spot adattabili per la trasmissione sulle tv, le radio ed sul web e che gli spot dovranno prevedere la partecipazione ed il coinvolgimento dei più noti personaggi del mondo produttivo abruzzese da individuarsi di intesa con il Corecom;
 3. la realizzazione di n° 8 layout grafici appositamente pensati per le testate on line e per la carta stampata del formato di ½ pagina e pagina intera;
 4. la realizzazione di un pubbliredazionale di una pagina per la carta stampata;
 5. di approvare lo schema di avviso pubblico per la manifestazione di interesse ed il relativo schema di domanda rivolti agli organi di informazione locale (TV, Radio, Giornali e Testate online) utile ad acquisire la loro disponibilità alla divulgazione della campagna pubblicitaria istituzionale ai sensi dell'art. 19 bis della L.R. 10/2020;
 6. di approvare il capitolato tecnico, lo schema di avviso pubblico per manifestazione di interesse ed il relativo schema di domanda per l'avvio della procedura negoziata finalizzata all'individuazione dell'operatore economico per l'affidamento della ideazione e realizzazione della campagna di promozione istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere l'acquisto delle eccellenze regionali;

VISTA la determinazione dirigenziale n° 21 del 16/03/2021 con la quale, in esito a procedura di RDO sul Mepa è stato aggiudicato alla società DMG Comunicazione srl, il servizio di ideazione e di realizzazione della campagna di promozione istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere l'acquisto delle eccellenze regionali;

VISTO il Decreto n. 14 del 18/02/2021 del Presidente della Regione Abruzzo di recepimento dell'atto di intesa sottoscritto il 16/02/2021 congiuntamente con il Presidente del Consiglio relativo alla nomina del dott. Ricardo Chiavaroli quale nuovo Presidente del Corecom Abruzzo ed il decreto del Presidente del Consiglio Regionale n. 1 del 17 febbraio 2021 relativo alla nomina dei due componenti del Comitato, individuati nelle persone della dott.ssa Roberta Galeotti e del dott. Gaetano di Tommaso che hanno determinato il rinnovo dell'intera compagine del Co.Re.Com. Abruzzo a far data dal 1/03/2021;

CONSIDERATO che il neo Comitato nel prendere visione degli indirizzi assunti, in merito alla realizzazione della campagna istituzionale, dal precedente Organismo con la deliberazione 116/2020, ritiene relativamente alla previsione *“Gli spot dovranno prevedere la partecipazione ed il coinvolgimento dei più noti personaggi del mondo produttivo abruzzese da individuarsi di intesa con la stazione appaltante”* che l'ampia e poliedrica offerta produttiva, artigianale ed enogastronomica del territorio regionale, così variegata in ogni suo aspetto renda invero problematica, se non addirittura potenzialmente svantaggiosa per un efficace strategia di marketing territoriale, l'individuazione di un paniere esauriente di “noti personaggi” che meglio caratterizzano nel suo complesso il tessuto produttivo regionale;

TENUTO CONTO che l'obiettivo della campagna deve principalmente essere volto alla costruzione di un ‘concept’ dell'Abruzzo che, trascendendo dal singolo prodotto, promuova un'immagine positiva ed attrattiva dell'intero territorio regionale e che per lo scopo si ritiene vincente una strategia di comunicazione legata alla presenza di testimonial non direttamente riconducibili ad uno specifico settore produttivo ma che in ragione della loro neutralità, perché appartenenti al mondo dello spettacolo o dei social, riescono più efficacemente ad incarnare lo spirito dell'“abruzzesità”;

RITENUTO pertanto che nell'attuale panorama dei social la funzione di testimonial possa essere validamente rappresentata dal gruppo di videomakers chietini “I 4Santi” la cui popolarità, immediatamente riconoscibile dal pubblico, consentirebbe di catalizzare la loro attenzione verso il brand “Abruzzo”, tale da influenzarne positivamente la percezione;

RILEVATO che l'ingaggio di testimonial individuati al di fuori del mondo produttivo non rientra nelle specifiche previsioni del capitolato e che pertanto gli eventuali oneri finanziari connessi alla corresponsione di un rimborso spese debbano essere assunti, entro il limite complessivo non

superiore ad € 5.000.00, dal Corecom nell'ambito delle economie determinatesi per effetto del ribasso offerto rispetto all'importo posto a base dell'affidamento del RDO sul Mepa;

RILEVATO altresì che tale ulteriore investimento, a valere sulle economie generatesi in sede di aggiudicazione, appare ancor più giustificato in quanto finalizzato alla realizzazione di spot con le caratteristiche sopra descritte che potranno essere utilizzati non soltanto per la campagna di cui alla presente deliberazione, ma potranno trovare ulteriori utilizzi in futuro divenendo un prodotto che il Corecom metterà a disposizione di enti ed istituzioni regionali anche per prossime iniziative di promozione della Regione Abruzzo;

RITENUTO pertanto opportuno, per le motivazioni sin qui esplicitate, di prevedere all'interno degli spot la presenza dei testimonial "I 4Santi" quali interpreti per la realizzazione della campagna istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere l'acquisto delle eccellenze della regione Abruzzo;

Per tutto quanto esposto in premessa, all'unanimità

DELIBERA

1. di prevedere all'interno degli spot che dovranno essere prodotti la presenza in veste di testimonial dei "I 4Santi" quali interpreti del brand Abruzzo nella campagna istituzionale finalizzata ad incentivare e promuovere l'acquisto delle eccellenze della regione Abruzzo;
2. di dare atto che l'ingaggio del testimonial così individuato non rientra nelle specifiche previsioni del capitolato a base di gara e che pertanto gli eventuali oneri finanziari connessi alla corresponsione di un rimborso spese debbano essere assunti, entro il limite complessivo non superiore ad € 5.000,00 al lordo di ogni onere di legge, dal Corecom nell'ambito delle economie determinatesi per effetto del ribasso offerto rispetto all'importo posto a base dell'affidamento del RDO sul Mepa;
1. di dare mandato alla Struttura amministrativa:
 - a. di comunicare alla società affidataria le decisioni assunte con il presente atto allo scopo di prendere contatti con il testimonial in parola al fine di acquisirne la disponibilità ed il relativo compenso;
 - b. di porre in essere tutte le necessarie conseguenti attività amministrative e contabili.

F.to

Il Segretario Verbalizzante
D.ssa Michela Leacche

F.to

Il Presidente
Dott. Ricardo Chiavaroli

Copia informale, in versione informatica, di documento originale cartaceo, ai sensi degli artt. 22 e 40 del D.Lgs. n.82/2005. Accesso agli atti consentito in conformità al Capo V artt. 22-28 della Legge 7 agosto 1990, n. 241 e s. m. e i.