

# Tre milioni per gli spot di Rocca

di **CLEMENTE PISTILLI**

Non solo Osaka. Mentre la Corte dei Conti indaga sui quasi due milioni di euro spesi dalla Regione per una delegazione di 62 persone all'Expo in Giappone, a cui è stato dato anche il trolley griffato Lazio per partire, emerge che in un anno l'ente presieduto da Francesco Rocca ha raddoppiato gli investimenti in comunicazione e promozione. In larga parte con affidamenti diretti, senza alcuna gara. Un fiume di denaro su cui è decisa a far luce la consigliera regionale dem Eleonora Mattia. Alla Regione non bastano più i molti addetti stampa che lavorano per la giunta o per il consiglio. Tanto per la co-

municazione in senso stretto quanto per la promozione del Lazio si sta facendo un abbondante ricorso agli esterni. Senza badare a spese. Ecco così che dal 2023 al 2024, in base ai calcoli fatti dalla consigliera Mattia, la spesa per la comunicazione e promozione è stata raddoppiata, passando da 1,6 milioni a oltre 3 milioni. E quest'anno sta aumentando ancora, avendo toccato quota 3,3 milioni.

➔ a pagina 5



Peso: 1-11%,5-42%

# Gli spot d'oro di Rocca

## “Spesi tre milioni e costi raddoppiati”

Dopo il caso di Osaka  
c'è quello delle pubblicità  
per promuovere la giunta  
La consigliera dem Mattia  
“Quasi tutto senza gare”

di CLEMENTE PISTILLI

Non solo Osaka. Mentre la Corte dei Conti indaga sui quasi due milioni di euro spesi dalla Regione per una delegazione di 62 persone all'Expo in Giappone, a cui è stato dato anche il trolley grifato Lazio per partire, emerge che in un anno l'ente presieduto da Francesco Rocca ha raddoppiato gli investimenti in comunicazione e promozione. In larga parte con affidamenti diretti, senza alcuna gara. Un fiume di denaro su cui è decisa a far luce la consigliera regionale dem Eleonora Mattia.

Alla Regione non bastano più i molti addetti stampa che lavorano per la giunta o per il consiglio. Tanto per la comunicazione in senso stretto quanto per la promozione del Lazio si sta facendo un abbondante ricorso agli esterni. Senza badare a spese. Ecco così che dal 2023 al 2024, in base ai calcoli fatti dalla consigliera Mattia, la spesa per la comunicazione e promozione è stata raddoppiata, passando da 1,6 milioni a oltre 3 milioni. E quest'anno sta aumentando ancora, avendo toccato quota 3,3 milioni.

Nel 2023, soltanto per interventi finalizzati a dare visibilità a Rocca e agli assessori, a LazioCrea sono stati destinati 520mila euro. Dodici mesi dopo 304mila euro sono stati dati a diversi concessionari pubblicitari, per una campagna di comunicazione istituzionale sulla sanità. E quest'anno altri 165mila euro sono stati concessi alla società Social-Com srl, per il progetto “Raccontare la Sanità, Esaltare un'Eccellenza”. Non basta insomma far funzionare ambulatori e ospedali: occorre anche comunicarlo ai cittadini e per farlo, secondo l'esecutivo regionale, non basta l'ufficio stampa dell'ente.

Investimenti fatti appunto in larga parte con affidamenti diretti. Tanto che, lo scorso anno, degli oltre 3 milioni spesi, almeno 1,7 milioni sono stati assegnati senza gara. Stessa proporzione nel 2025: degli 1,1 milioni già spesi, almeno 545mila sono stati dati con affidamenti diretti.

Spiccano poi, tanto per fare altri esempi, i 400mila euro diretti a Difesa spa, per la campagna di promozione a bordo della nave Amerigo Vespucci, in occasione delle tappe fatte dal veliero a Gaeta e a Civitavecchia.

Con lo slogan “l'immagine è tutto” la Canon costruì negli anni '80

una fortunata campagna pubblicitaria. E seguendo quella linea Rocca da due anni sta rendendo felici anche i Comuni del Lazio. Andando ad altri esempi, per promuovere l'immagine della Regione nel 2024 sono infatti stati elargiti 48.678 euro al Comune di Ciampino, in occasione dei 50 anni di autonomia di quel Comune, e 10.370 a quello di Aquino, per “Il magico villaggio di Babbo Natale”.

Nessuno si può lamentare. Quest'anno 12.200 euro, sempre per promuovere l'immagine del Lazio, sono andati a un'associazione sportiva in occasione della “Maratona di Circe” a San Felice Circeo e 18.300 euro a un consorzio per i “Boat days”. Senza dimenticare i 122mila euro alla Camera di commercio Rieti-Viterbo per il salone dell'enogastronomia regionale.

«I problemi seri del Lazio, come le criticità della sanità pubblica, non si possono risolvere con una mera operazione estetica, dirottando in marketing risorse preziose per curare le carenze di strutture e servizi prioritari. Per questo sono al



Peso: 1-11%,5-42%

lavoro con una serie di interrogazioni sulle spese di comunicazione della Regione, sulla loro modalità di erogazione, avvenute per lo più in affidamento diretto, e sui destinatari», sottolinea la consigliera Mattia.



↑ Il governatore del Lazio, Francesco Rocca



Peso: 1-11%,5-42%