



**DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE**

ADUNANZA N. 200 LEGISLATURA N. X

delibera  
833

DE/PR/SAI Oggetto: Piano di comunicazione istituzionale per le annualità  
0 NC 2018-2020

Prot. Segr.  
897

Lunedì 18 giugno 2018, nella sede della Regione Marche, ad Ancona, in via Gentile da Fabriano, si è riunita la Giunta regionale, regolarmente convocata.

Sono presenti:

- ANNA CASINI Vicepresidente
- LORETTA BRAVI Assessore
- FABRIZIO CESETTI Assessore
- MORENO PIERONI Assessore

Sono assenti:

- LUCA CERISCIOLI Presidente
- MANUELA BORA Assessore
- ANGELO SCIAPICHETTI Assessore

Constatato il numero legale per la validità dell'adunanza, assume la Presidenza, in assenza del Presidente della Giunta regionale il Vicepresidente Anna Casini. Assiste alla seduta, in assenza del Segretario della Giunta regionale, il Vicesegretario, Fabio Tavazzani.

Riferisce in qualità di relatore il Vicepresidente Anna Casini.

La deliberazione in oggetto è approvata all'unanimità dei presenti.

**NOTE DELLA SEGRETERIA DELLA GIUNTA**

Inviata per gli adempimenti di competenza

- alla struttura organizzativa: \_\_\_\_\_
- alla P.O. di spesa: \_\_\_\_\_
- al Presidente del Consiglio regionale
- alla redazione del Bollettino ufficiale

Il \_\_\_\_\_

L'INCARICATO

Proposta o richiesta di parere trasmessa al Presidente del Consiglio regionale il \_\_\_\_\_

prot. n. \_\_\_\_\_

L'INCARICATO



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

**Oggetto: Piano di comunicazione istituzionale per le annualità 2018-2020.**

**LA GIUNTA REGIONALE**

**VISTO** il documento istruttorio, riportato in calce alla presente deliberazione, predisposto dal Gabinetto del Presidente, dal quale si rileva la necessità di adottare il presente atto;

**RITENUTO**, per i motivi riportati nel predetto documento istruttorio e che vengono condivisi, deliberare in merito;

**VISTA** la proposta del dirigente del Servizio Affari Istituzionali e Integrità che contiene il parere favorevole, di cui all' art. 16, comma 1 lettera d) della legge regionale 15 ottobre 2001, n°20, sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica e l'attestazione dello stesso che dalla Deliberazione non deriva né può derivare alcun impegno di spesa a carico della Regione;

**VISTO** l'art. 28 dello Statuto Regionale;  
Con la votazione resa in forma palese e riportata a pagina 1

**DELIBERA**

1. di approvare il piano di comunicazione per gli anni 2018-2019-2020 indicato nell'allegato che costituisce parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;
2. di demandare al Servizio Affari Istituzionali e Integrità regionale la definizione delle attività di informazione e comunicazione coordinata tra i servizi regionali;
3. di demandare alle strutture competenti l'adozione degli atti necessari per la piena attuazione del piano.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA REGIONALE

( Deborah Girdi)

Il Vice Segretario della Giunta regionale

(Paolo Tavazzani)

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

(Luca Ceriscioli)

Il Vicepresidente

(Anna Casini)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

## DOCUMENTO ISTRUTTORIO

### Normativa di riferimento

- Legge n°150 del 07/06/2000 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" (art. 12)

### Motivazione

Ai sensi dell'art. 12 della legge no 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" la Giunta regionale ha stabilito di dotarsi, per le annualità 2018-2020, del Piano di comunicazione, un documento programmatico per lo svolgimento coordinato delle attività di informazione e comunicazione.

Il Piano di comunicazione (d'ora in poi Piano) di cui all'allegato A, che costituisce parte integrante del presente documento, si basa, per quanto riguarda le attività previste, sulle disposizioni degli artt. 1 e 2 della Legge n.150/2000 e ha lo scopo principale di rendere, attraverso la comunicazione istituzionale, un servizio fondamentale di informazione puntuale e orientamento delle scelte dei cittadini, in un territorio che negli ultimi anni sta rispondendo a sfide epocali, prime tra tutte, e capisaldi del programma di governo della Regione, le riforme della sanità e il rilancio economico che passa per la gestione dei fondi europei, per il sostegno e la crescita del patrimonio delle infrastrutture per la semplificazione amministrativa e per la valorizzazione del patrimonio turistico e culturale della regione. Il Piano per la seconda metà del mandato si pone gli obiettivi fondamentali della rendicontazione dell'attività svolta, sia relativamente all'ordinaria amministrazione, sia alla complessa gestione della ricostruzione post sisma.

Capisaldi delle attività di informazione e comunicazione della Regione Marche restano i punti fondamentali del programma di governo: le riforme della sanità e il rilancio economico che passa in modo significativo per la gestione dei fondi europei, per il sostegno e la crescita del patrimonio delle infrastrutture, per la semplificazione amministrativa e per la valorizzazione del patrimonio turistico e culturale.

Obiettivi impegnativi, resi ancor più complessi dal netto e drammatico cambiamento dell'orizzonte di governo avvenuto a partire dal 24 agosto 2016, data del primo dei tre grandi terremoti che hanno colpito il centro Italia e in particolare le Marche, e hanno posto la Regione nella necessità di gestire un'emergenza senza precedenti e di elaborare una politica di ricostruzione del territorio sia in termini materiali, sia in termini di recupero e salvaguarda della dimensione economica e sociale e dell'immenso patrimonio storico e culturale dei territori colpiti.

Originano da questi presupposti le scelte del presente Piano di comunicazione, di cui la giunta regionale ha scelto di dotarsi ai sensi dell'art. 12 della legge n° 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e con cui si imposta il lavoro sul breve (secondo semestre 2018) e sul lungo periodo (periodo 2018-2020), fino alla fine della legislatura attualmente in essere.

La programmazione concreta si basa sia sull'analisi del contesto amministrativo sociale ed economico della regione, sia sull'analisi del sistema dei media locali e si sviluppa secondo le due direttrici della comunicazione ordinaria e della comunicazione delle norme e delle attività amministrative relative alla ricostruzione post sisma.

Se infatti il 2016 e il 2017 sono stati dedicati alla gestione dell'emergenza, alla sistemazione e all'ospitalità delle popolazioni colpite, alla rimozione delle macerie, alle prime fasi della ricostruzione, pubblica e privata, a partire dal 2018 l'azione politico-amministrativa per la ricostruzione, che si esplica



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

attraverso l'assetto governo-commissario-regione, si focalizza sulla ricostruzione delle condizioni necessarie a garantire il rientro delle popolazioni colpite nei paesi di provenienza, attraverso scelte strategiche da compiere per il rilancio delle zone terremotate, evitando, in primo luogo, lo spopolamento. Quattro gli assi per ricostruire le comunità colpite dal terremoto: servizi, viabilità, lavoro e scuole.

Un segnale concreto arriva dai contributi aggiuntivi assegnati alle Marche con fondi europei e statali, per un totale di 407,3 milioni di euro, di cui 159,3 facenti capo ai fondi Feasr e 240 ai fondi Fesr 2014-2020, a cui attraverso le stesse dotazioni aggiuntive sarà dedicata una specifica campagna di comunicazione.

Il Piano si sviluppa in 9 capitoli, in cui sono esplicitati: l'analisi di contesto, il sistema dei media locali, il focus sul sisma, la strategia di comunicazione dell'ente (che risulta dall'integrazione della comunicazione istituzionale e di emergenza con i piani di promozione culturale e turistica e con i piani di comunicazione dei fondi europei); i soggetti della comunicazione; i programmi per la formazione degli operatori; gli strumenti per il coordinamento della comunicazione; gli strumenti informativi a disposizione all'interno dell'Ente e i criteri per l'utilizzo delle risorse finanziarie.

Il capitolo dedicato agli obiettivi e agli strumenti per la comunicazione è suddiviso in due parti, una dedicata al sisma e una dedicata all'attività ordinaria di comunicazione. Per quanto riguarda il sisma, sono individuati sei obiettivi e sono evidenziati i relativi strumenti di comunicazione:

1) Proseguire nella attività di informazione puntuale dei cittadini, effettuata con cadenza quotidiana, con i seguenti contenuti:

- Rendicontazione periodica delle principali attività di gestione della ricostruzione;
- Rendicontazione periodica degli atti normativi ed amministrativi;
- Rendicontazione periodica dello stato di avanzamento dei lavori di ripristino dei territori colpiti dal sisma (scuole, opere pubbliche, beni culturali, servizi, viabilità, abitazioni private);

2) Lancio e implementazione della campagna di comunicazione "L'Europa con noi per ripartire" curata dalle Autorità di gestione FESR e FEASR e coordinata dalla Presidenza attraverso il servizio Affari istituzionali e Integrità – Informazione e comunicazione istituzionale. La campagna è dedicata al rilancio dei territori colpiti dal sisma attraverso i fondi europei (stampa e comunicazione);

3) Campagna di rendicontazione dell'attività svolta dalla Regione Marche a due anni dal sisma (24 agosto 2018), con video e report aggiornato;

4) Campagna di promozione turistica e culturale della Regione Marche di cui alla DGR 44/2018 e successive integrazioni, anche alla luce dei fondi aggiuntivi Por FESR, destinati al rilancio delle zone colpite dal sisma (stampa – comunicazione – servizi Turismo e Cultura);

5) Sostegno alla seconda edizione e alle eventuali edizioni successive del progetto RisorgiMarche di Neri Marcoré per il rilancio dei territori colpiti dal sisma;

6) Attivazione di accordi quadro con i media locali per la realizzazione di specifici progetti di comunicazione per il rilancio del territorio marchigiano e per la rendicontazione periodica dell'attività svolta dalla giunta regionale.

Relativamente agli obiettivi per la comunicazione ordinaria, il Piano evidenzia i seguenti quattro punti:

#### 1. RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITA' DELLA GIUNTA REGIONALE

Con l'indizione dei comizi elettorali per le elezioni politiche del 4 marzo 2018, avvenuta il 29 dicembre 2017, le regole relative alla par condicio hanno ritardato la diffusione della campagna di rendicontazione dell'attività della prima metà del mandato della giunta regionale. Il piano editoriale è stato dunque aggiornato e la diffusione è attualmente in corso.

Il piano prevede la diffusione stampa, web, social e radiotelevisiva di contenuti relativi ai seguenti macrotemi:



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

- INFRASTRUTTURE
- SANITÀ
- RISPARMIO COSTI DELLA POLITICA
- STRATEGIA AREE INTERNE
- LAVORO E OCCUPAZIONE
- POLITICA FISCALE A FAVORE DI IMPRESE E CITTADINI
- CULTURA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO

L'affidamento ad una agenzia specializzata esterna garantisce sia l'utilizzo di una linea editoriale omogenea, fruibile anche per ulteriori prodotti di comunicazione realizzati in autonomia, sia una assistenza tecnica specializzata per la diffusione social del materiale realizzato.

Le stesse tematiche saranno costantemente aggiornate e, dunque, costituiranno il nucleo principale delle attività di informazione e comunicazione per le annualità 2018-2020.

## 2. FOCUS SANITA'

Un capitolo particolare dell'attività di informazione e comunicazione istituzionale sarà dedicato, in collaborazione con Asur, alla sanità, con i seguenti contenuti:

- Campagne di sensibilizzazione su temi di interesse sociale (screening oncologici, vaccini, ecc.)
- Liste di attesa
- Assunzioni
- Nuovi investimenti

## 3. ARCHIVIAZIONE INFORMATICA E CATALOGAZIONE DEI MATERIALI

- ARCHIVIAZIONE DEL MATERIALE GRAFICO E INFOGRAFICO

Obiettivo della struttura Informazione e comunicazione istituzionale è anche quello di raccogliere all'interno di un archivio informatico tutta la documentazione grafica e infografica realizzata, al fine di consentire una facile consultazione, una diffusione organica e un aggiornamento costante dei materiali.

- ARCHIVIAZIONE DEL MATERIALE FOTO E VIDEO

Particolare attenzione sarà dedicata, nella stessa ottica, anche alla catalogazione del materiale foto e video, attraverso l'organizzazione di un apposito archivio informatico.

- REVISIONE DI RUBRICHE E MAILING LIST DEI CONTATTI STAMPA E ISTITUZIONALI, con la creazione di un archivio informatico, anche in questo caso.

## 4. ACCORDI QUADRO

Realizzazione di schemi di accordo quadro, con i media locali e nazionali, con il fine di garantire e regolare i rapporti di collaborazione dell'Ente con gli organi di informazione per quanto attiene alla realizzazione di campagne di comunicazione a pagamento o di campagne pubblicitarie per la diffusione capillare dei temi sopra indicati.

Per quanto riguarda i soggetti della comunicazione, il documento evidenzia, tra l'altro, l'attuale organizzazione dell'Ufficio Informazione e comunicazione, strutturato all'interno del servizio Affari istituzionali e integrità, attribuendogli il compito di curare e coordinare le attività di informazione e comunicazione istituzionale, al fine del perseguimento della realizzazione ottimale e omogenea della comunicazione istituzionale. L'ufficio garantisce: la realizzazione del piano di comunicazione dell'Ente; la realizzazione e il controllo del rispetto del documento di Social media policy; il coordinamento dei contenuti giornalistici, del portale, dei siti istituzionali, dei social network; il coordinamento tra i tre profili della comunicazione previsti dalla Legge 150/2000 (portavoce, ufficio stampa e ufficio per le relazioni con il pubblico); il coordinamento dell'attività dell'ufficio stampa (contenuti e loro diffusione attraverso gli strumenti di comunicazione dell'Ente; funzionamento dell'ufficio, coordinamento con l'attività del portavoce, del cerimoniale, degli altri uffici e servizi della Regione; rassegna stampa); la realizzazione e diffusione di campagne di comunicazione dirette a cittadini, stake holders, altri enti e



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

istituzioni; il raccordo con il Comitato regionale per le comunicazioni; l'espletamento degli atti amministrativi propedeutici alla realizzazione degli obiettivi fissati dal piano di comunicazione.

Per quanto riguarda la primaria esigenza di coordinamento della comunicazione dell'Ente, il documento, citando la direttiva emanata dal Segretario Generale in data 12-06-2017 e rivolta ai dirigenti dei servizi e alle P.F., ribadisce la ferma volontà dell'amministrazione regionale che "l'attività di comunicazione istituzionale sia svolta secondo criteri di uniformità ed in coerenza con le tematiche del programma di mandato", disponendo che "tutte le attività di comunicazione e promozione specifiche dei singoli servizi, comprese quelle finanziate con fondi comunitari, siano preventivamente approvate dal Segretario generale dell'ente, e concertate ed elaborate con l'ufficio Informazione e comunicazione".

Per quanto riguarda le risorse finanziarie, il documento attesta che il piano risente dei tagli delle risorse e delle conseguenti restrizioni per le attività destinate alle relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e rappresentanza disposte dall' art. 6, comma 8 della legge no 122/2010 (riduzione dell'80% delle spesa rispetto a quanto sostenuto, per le stesse finalità, nell'anno 2009) e dunque prevede, in via prioritaria, l'ottimizzazione degli strumenti e delle risorse. Il piano inoltre è da considerarsi flessibile, poichè correlato all'andamento delle azioni di governo, nonchè alle disponibilità di bilancio e, nell'ottica dell'ottimizzazione delle risorse umane ed economiche, il Piano di comunicazione si avvale anche dei fondi dedicati Fesr, Fse, Feasr e dei progetti europei attivati.

Il sottoscritto, in relazione al presente provvedimento, dichiara, ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/2000, di non trovarsi in situazioni anche potenziali di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6bis della L.241/1990 e degli artt. 6 e 7 del D.P.R. 62/2013 e della DGR 64/2014.

#### ESITO DELL'ISTRUTTORIA

Sulla base delle considerazioni sopra esposte, si propone alla Giunta regionale la presente deliberazione avente per oggetto: **"Piano di comunicazione istituzionale per le annualità 2018-2020.**

Il responsabile del procedimento  
(*Maria Margherita Rinaldi*)

Y



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE  
ADUNANZA N. \_\_\_\_\_ LEGISLATURA N. \_\_\_\_\_

**PROPOSTA E PARERE DEL DIRIGENTE DEL SERVIZIO AFFARI ISTITUZIONALI E  
INTEGRITA'**

Il sottoscritto, considerata la motivazione espressa nell'atto, esprime parere favorevole sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica della presente deliberazione e ne propone l'adozione alla Giunta regionale. Si attesta che dalla presente deliberazione non deriva né può derivare alcun impegno di spesa a carico della Regione.

Il sottoscritto propone alla Giunta regionale l'adozione della presente deliberazione, in relazione alla quale dichiara ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/2000, di non trovarsi in situazioni anche potenziali di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6bis della L.241/1990 e degli artt. 6 e 7 del D.P.R. 62/2013 e della DGR 64/2014.

Il Dirigente del servizio  
(Deborah Giraldi)

La presente deliberazione si compone di n° <sup>16</sup> pagine, di cui n° <sup>9</sup> costituiscono allegati, che formano parte integrante della stessa.

Il segretario della Giunta regionale  
(Deborah Giraldi)

Il Vice Segretario della Giunta regionale  
(Fabio Tavazzani)

## I. Analisi di contesto

La comunicazione come servizio fondamentale per il cittadino in un territorio che negli ultimi anni sta rispondendo a sfide epocali.

Il piano di comunicazione della Regione per la seconda metà del mandato si pone gli obiettivi fondamentali della rendicontazione dell'attività svolta, sia relativamente all'ordinaria amministrazione, sia alla complessa gestione della ricostruzione post sisma.

Capisaldi delle attività di informazione e comunicazione della Regione Marche restano i punti fondamentali del programma di governo: le riforme della sanità e il rilancio economico che passa in modo significativo per la gestione dei fondi europei, per il sostegno e la crescita del patrimonio delle infrastrutture, per la semplificazione amministrativa e per la valorizzazione del patrimonio turistico e culturale.

Obiettivi impegnativi, resi ancor più complessi dal netto e drammatico cambiamento dell'orizzonte di governo avvenuto a partire dal 24 agosto 2016, data del primo dei tre grandi terremoti che hanno colpito il centro Italia e in particolare le Marche, e hanno posto la Regione nella necessità di gestire un'emergenza senza precedenti e di elaborare una politica di ricostruzione del territorio sia in termini materiali, sia in termini di recupero e salvaguarda della dimensione economica e sociale e dell'immenso patrimonio storico e culturale dei territori colpiti.

Originano da questi presupposti le scelte del presente Piano di comunicazione, di cui la giunta regionale ha scelto di dotarsi ai sensi dell'art. 12 della legge n° 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e con cui si imposta il lavoro sul breve (secondo semestre 2018) e sul lungo periodo (periodo 2018-2020), fino alla fine della legislatura attualmente in essere.

## II. Il sistema dei media locali

Il sistema regionale dei media è caratterizzato dalla presenza di due quotidiani con redazioni provinciali, di 10 emittenti televisive locali, a cui si aggiunge la Rai con l'edizione regionale del Tg3, di numerose testate on line e di servizi di radiodiffusione.

I due quotidiani presenti sul territorio sono il Corriere Adriatico e il Resto del Carlino. Molto forte nel Pesarese, con 118 mila lettori nel giorno medio secondo i dati Audipress 2017, il Resto del Carlino è ben radicato anche in provincia di Macerata (76 mila lettori). Il Corriere Adriatico, che detiene il primato assoluto nel capoluogo marchigiano (88 mila lettori), si conferma anche la prima testata di Ascoli e provincia (53 mila lettori). Nel Fermano il numero di lettori risulta ugualmente distribuito tra i due giornali.

Le emittenti televisive locali sono 10. I dati di ascolto Auditel sono disponibili per tre di loro; Tv Centro Marche registra una media giornaliera di circa 100 mila spettatori, TVRS di circa 50 mila ed E'tv Marche di circa 40 mila.

Le radio censite sono 31, le testate web/multimedia sono 35 (dati da: Agenda del giornalista 2018 Sigim Marche; [www.auditel.it](http://www.auditel.it), dati 2017-2018).

## III. Il sisma che ha colpito le Marche

Gli ultimi mesi del 2016 e i primi del 2017 sono stati impegnati nella gestione di un lunghissimo periodo di emergenza: cinque mesi tra la prima scossa che nell'ascolano ha causato 51 vittime e l'ultima frequenza di quattro scosse, tutte superiori al quinto grado Richter, che hanno colpito in particolare la provincia di Macerata. Lo sciame sismico è tutt'ora in atto, con scosse quotidiane nelle zone del cratere.

Alcuni numeri rendono l'idea dell'impatto di questo evento catastrofico: alle scosse del 24 agosto, la massima di magnitudo 6.0, che ha causato 51 morti tra Arquata e Pescara del Tronto, si sono aggiunte



## Area interessata

**10.447,45 kmq = superficie complessiva interessata**

**5.166 kmq superficie interessata  
nelle Marche**

## Popolazione colpita

**31.871 sfollati**

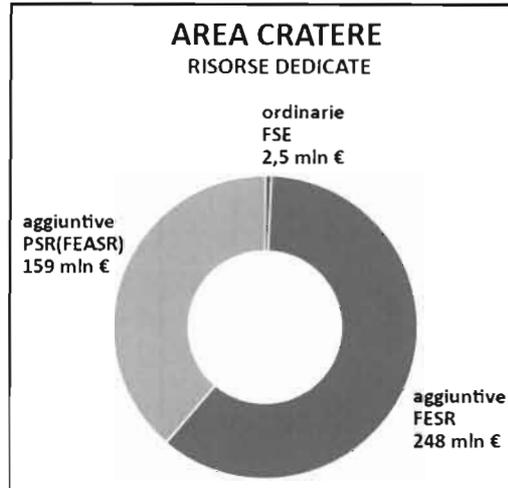
**51 persone decedute**

Ad Arquata del Tronto e Pescara del Tronto nel sisma del 24 agosto

*Dati al 27 maggio 2017*

Se il 2016 e il 2017 sono stati dedicati alla gestione dell'emergenza, alla sistemazione e all'ospitalità delle popolazioni colpite, alla rimozione delle macerie, alle prime fasi della ricostruzione, pubblica e privata, a partire dal 2018 l'azione politico-amministrativa per la ricostruzione, che si esplica attraverso l'assetto Governo-Commissario-Regione, si focalizza sulla ricostruzione delle condizioni necessarie a garantire il rientro delle popolazioni colpite nei paesi di provenienza, attraverso scelte strategiche da compiere per il rilancio delle zone terremotate, evitando, in primo luogo, lo spopolamento. Quattro gli assi per ricostruire le comunità colpite dal terremoto: servizi, viabilità, lavoro e scuole.

Un segnale concreto arriva dai contributi aggiuntivi assegnati alle Marche con fondi europei e statali, per un totale di 407,3 milioni di euro, di cui 159,3 facenti capo ai fondi Fears e 240 ai fondi Fesr 2014-2020.



Le risorse aggiuntive Fesr e Fears saranno ripartite come segue:




#### IV. La strategia di comunicazione dell'ente

Richiamati gli obiettivi generali per la comunicazione istituzionale previsti dagli art. 1 e 2 della legge n.150/2000<sup>1</sup>, si indicano qui di seguito gli obiettivi della informazione e della comunicazione istituzionale per il secondo semestre 2018 e per le annualità 2019 e 2020, suddivisi nei due canali della comunicazione per il SISMA e della COMUNICAZIONE ORDINARIA.

##### SISMA

- 1) Proseguire nella attività di informazione puntuale dei cittadini, effettuata con cadenza quotidiana, con i seguenti contenuti:
  - Rendicontazione periodica delle principali attività di gestione della ricostruzione (stampa e comunicazione)
  - Rendicontazione periodica degli atti normativi ed amministrativi (stampa e comunicazione)
  - Rendicontazione periodica dello stato di avanzamento dei lavori di ripristino dei territori colpiti dal sisma (scuole, opere pubbliche, beni culturali, servizi, viabilità, abitazioni private) – (stampa e comunicazione)
- 2) Lancio e implementazione della campagna di comunicazione “L’Europa con noi per ripartire” dedicata al rilancio dei territori colpiti dal sisma attraverso i fondi europei curata dalle Autorità di gestione FESR e FEASR e coordinata dalla Presidenza attraverso il servizio Affari Istituzionali e Integrità – Informazione e comunicazione istituzionale;
- 3) Campagna di rendicontazione dell’attività svolta dalla Regione Marche a due anni dal sisma (24 agosto 2018), con video e report aggiornato ( stampa e comunicazione)
- 4) Campagna di promozione turistica e culturale della Regione Marche di cui alla DGR 44/2018 e successive integrazioni, anche alla luce dei fondi aggiuntivi Por FESR, destinati al rilancio delle zone colpite dal sisma (stampa – comunicazione – servizi Turismo e Cultura)
- 5) Sostegno alla seconda edizione e alle eventuali edizioni successive del progetto RisorgiMarche di Neri Marcoré per il rilancio dei territori colpiti dal sisma (stampa – comunicazione – servizi Turismo e Cultura)

##### ATTIVITA' ORDINARIA DI COMUNICAZIONE

<sup>1</sup> In base agli art. 1 e 2 della legge n° 150/2000 sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle volte a conseguire:

- a) l’informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici
- b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti;
- c) la comunicazione interna realizzata nell’ambito di ciascun ente.

Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l’applicazione;
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c) favorire l’accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione e modernizzazione e la conoscenza dell’avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l’immagine dell’Amministrazione in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d’importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

Le attività di informazione e di comunicazione si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale non pubblicitaria, anche attraverso la pubblicità, le affissioni, l’organizzazione e la partecipazione a manifestazioni.

Le attività di informazione e di comunicazione sono attuate con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione di messaggi, anche attraverso la strumentazione grafico-editoriale, le strutture informatiche, le funzioni di sportello, le reti civiche, le iniziative di comunicazione integrata e i sistemi telematici multimediali.

## 1. RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITA' DELLA GIUNTA REGIONALE

Con l'indizione dei comizi elettorali per le elezioni politiche del 4 marzo 2018, avvenuta il 29 dicembre 2017, le regole relative alla par condicio hanno ritardato la diffusione della campagna di comunicazione relativa all'attività della prima metà del mandato della giunta regionale. Il piano è stato dunque ricalibrato secondo un piano editoriale aggiornato (con nuovo layout e nuovo titolo " RendicontiAmo"), la cui diffusione è attualmente in corso.

Il piano prevede la diffusione stampa, web, social e radiotelevisiva di contenuti relativi ai seguenti temi:

- INFRASTRUTTURE
- SANITÀ
- RISPARMIO COSTI DELLA POLITICA
- STRATEGIA AREE INTERNE
- LAVORO E OCCUPAZIONE
- MENO TASSE PER LE IMPRESE E I CITTADINI
- SISMA
- CULTURA E PROMOZIONE DEL TERRITORIO
- CONCLUSIONE DELLA CAMPAGNA.

L'affidamento ad una specializzata agenzia eterna garantisce sia l'utilizzo di una linea editoriale omogenea, fruibile anche per ulteriori prodotti di comunicazione realizzati in autonomia, sia una assistenza tecnica specializzata per la diffusione social del materiale realizzato.

Le stesse tematiche saranno costantemente aggiornate e, dunque, costituiranno il nucleo principale delle attività di informazione e comunicazione per le annualità 2018-2020.

## 2. FOCUS SANITA'

Un capitolo particolare dell'attività di informazione e comunicazione istituzionale sarà dedicato, in collaborazione con Asur, alla sanità, con i seguenti contenuti:

- Campagne di sensibilizzazione su temi di interesse sociale (screening oncologici, vaccini, ecc.)
- Liste di attesa
- Assunzioni
- Nuovi investimenti

## 3. ARCHIVIAZIONE INFORMATICA E CATALOGAZIONE DEI MATERIALI

- ARCHIVIAZIONE DEL MATERIALE GRAFICO E INFOGRAFICO

Obiettivo della struttura Informazione e comunicazione istituzionale è anche quello di raccogliere all'interno di un archivio informatico tutta la documentazione grafica e infografica realizzata.

- ARCHIVIAZIONE DEL MATERIALE FOTO E VIDEO

Particolare attenzione sarà dedicata, nella stessa ottica, anche alla catalogazione del materiale foto e video, attraverso l'organizzazione di un apposito archivio informatico.

- REVISIONE DI RUBRICHE E MAILING LIST DEI CONTATTI STAMPA E ISTITUZIONALI con la creazione di un archivio informatico

## 4. ACCORDI QUADRO

Realizzazione di schemi di accordo quadro, con i media locali e nazionali, con il fine di garantire e regolare i rapporti di collaborazione dell'Ente con gli organi di informazione per quanto attiene alla realizzazione di campagne di comunicazione a pagamento o di campagne pubblicitarie per la diffusione capillare dei temi sopra indicati.

Per l'approvazione dei suddetti accordi si rimanda a successivi decreti dirigenziali, che tengano conto delle seguenti indicazioni:

- a. approvazione di uno schema di accordo quadro relativo alle società editoriali locali e di uno relativo alle società editoriali nazionali;
  - b. definizione all'interno di tali accordi, dei criteri di accesso e di collaborazione e delle tariffe per i servizi di pubblicità e di comunicazione istituzionale resi da ciascuna società editoriale;
  - c. pubblicazione di avvisi pubblici con richiesta di manifestazione di interesse, sul sito istituzionale della Regione Marche ([www.regione.marche.it](http://www.regione.marche.it));
  - d. fissazione dei criteri di valutazione ai sensi delle previsioni di Legge di cui agli artt.1,3,13,14 e 15 della legge 150/2000, all'art. 41 del D.Lgs n.177/2005, all'art. 80 del D.Lgs 50/2016, in analogia con le previsioni del DPR 146/2017, tenendo in opportuna e vincolante valutazione i dati relativi all'audience, alle tirature, alla diffusione, ai contatti e alla copertura territoriale dei media coinvolti nell'erogazione del servizio.
5. IMPLEMENTAZIONE STRATEGIA SOCIAL NETWORK  
Studio di fattibilità per creazione di un settore specializzato nella gestione e implementazione dei nuovi media.

## V. I soggetti della comunicazione

UFFICIO INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE: è strutturato all'interno del servizio Attività istituzionali e integrità.

- A. E' coordinato dall'Ap Informazione e comunicazione istituzionale, ai sensi della DGR n. 555/2017
- B. Cura e coordina le attività di informazione e comunicazione istituzionale, al fine del perseguimento della realizzazione ottimale e omogenea della comunicazione istituzionale.
- C. Garantisce:
  - realizzazione del piano di comunicazione dell'Ente;
  - controllo del rispetto del documento di Social media policy
  - coordinamento dei contenuti giornalistici, del portale, dei siti istituzionali, dei social network;
  - coordinamento tra i tre profili della comunicazione previsti dalla Legge 150/2000: portavoce, ufficio stampa e ufficio per le relazioni con il pubblico.
  - coordinamento dell'attività dell'ufficio stampa (contenuti e loro diffusione attraverso gli strumenti di comunicazione dell'Ente; funzionamento dell'ufficio, coordinamento con l'attività del portavoce, del cerimoniale, degli altri uffici e servizi della Regione; rassegna stampa);
  - realizzazione e diffusione di campagne di comunicazione dirette a cittadini, stake holders, altri enti e istituzioni;
  - raccordo con il Comitato regionale per le comunicazioni;
  - espletamento degli atti amministrativi propedeutici alla realizzazione degli obiettivi fissati dal piano di comunicazione.

A questo settore sono dunque assegnati:

1. Attività di informazione: si esplica attraverso l'ufficio Stampa, che assolve ai compiti istituzionali di informazione, come unica fonte ufficiale delle notizie provenienti dall'Ente e rivolte ai mezzi di informazione di massa (target principale) e attualmente anche ai cittadini in maniera diretta,

in particolare agli utenti dei social network Facebook e Twitter, all'interno dei quali la Regione Marche ha aperto pagine istituzionali.

2. Ai sensi dell'art. 9 della L150/2000 cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni, da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione.
3. Attività di comunicazione istituzionale e relativo coordinamento con i servizi
4. Sito web, relativamente al coordinamento delle comunicazioni dei servizi

**PORTAVOCE:** il presidente della Regione Marche ha scelto di essere coadiuvato da un portavoce esterno all'amministrazione, ai sensi dell'art. 7 L150/2000, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione.

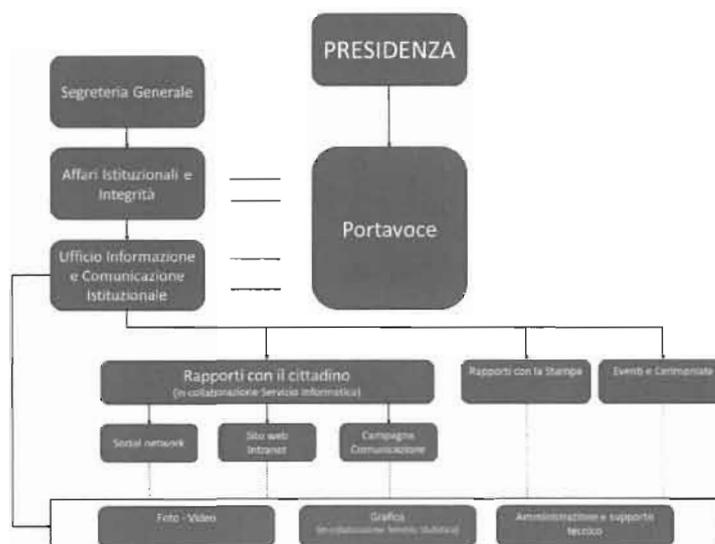
**UFFICIO DEL CERIMONIALE:** il cerimoniale è lo strumento dell'Amministrazione per l'adeguata gestione dell'immagine dell'Ente in eventi e cerimonie pubbliche.

La Regione Marche ha affidato l'incarico di occuparsi del cerimoniale della Giunta regionale al Servizio Affari istituzionali e integrità e la P.O. Supporto alla direzione e Cerimoniale della Giunta regionale è incaricata di:

- assicurare l'applicazione delle regole e l'aggiornamento delle prassi, in raccordo con la Presidenza del Consiglio dei Ministri e con le altre Regioni,
- coordinare l'attività convegnistica della Presidenza e di rappresentanza istituzionale, compresa la gestione delle relative risorse,
- supportare le strutture della giunta regionale per l'organizzazione di eventi e altre iniziative convegnistiche e seminari

La struttura competente si occupa, in particolare, del coordinamento e dell'organizzazione delle seguenti attività:

- Manifestazioni e cerimonie,
- Convegni e congressi,
- Uscita del Gonfalone della Regione Marche,
- Incontri e visite in sede,
- Pranzi e colazioni ufficiali,
- Messaggi, lettere, inviti



## VI. Formazione degli operatori

E' prevista la formazione periodica dell'Ufficio stampa relativamente allo svolgimento delle mansioni assegnate sia per la comunicazione tradizionale sia per la comunicazione attraverso i Social network. L'attività di formazione si sviluppa in base all'asse strategico Rendicontazione sociale e comunicazione della Scuola di formazione della Regione Marche.

L'attività prosegue, a partire dall'anno 2016.

## VII. Coordinamento della comunicazione

Il Segretario generale svolge, attraverso l'Ufficio Comunicazione, la funzione di coordinamento di tutte le attività di informazione e comunicazione dell'Ente.

In data 12/06/2017 è stata emanata una direttiva per l'uniformità della comunicazione dell'Ente, rivolta ai dirigenti dei servizi e alla posizioni di funzione, con il seguente contenuto:

"Si è riscontrato che numerose iniziative relative alla comunicazione istituzionale non si adeguano alle disposizioni espresse dalla giunta regionale nella seduta n. 36 del 25/01/2016 in tema di uniformità della comunicazione dell'Ente.

Poiché è ferma volontà dell'amministrazione che l'attività di comunicazione istituzionale sia svolta secondo criteri di uniformità ed in coerenza con le tematiche del programma di mandato, si dispone che tutte le attività di comunicazione e promozione specifiche dei singoli servizi, comprese quelle finanziate con fondi comunitari, siano preventivamente approvate dal Segretario Generale dell'ente, e concertati ed elaborati con l'ufficio Informazione e comunicazione.

Le SS.LL. sono pertanto formalmente invitate ad attenersi a quanto previsto con la presente direttiva, il cui rispetto sarà inserito anche all'interno del piano della performance 2017, tra gli obiettivi assegnati al personale dirigenziale".

## VIII. Strumenti informativi per l'Ente

- A. Agenzie di Stampa: i servizi della giunta e del consiglio regionale, gli uffici di presidenza, gli assessorati dispongono di un sistema di consultazione delle agenzie a carattere locale e nazionale e sui temi specifici di competenza dell'amministrazione, sia su supporto fisso che mobile.
- B. Rassegna stampa quotidiana: il servizio di rassegna stampa è gestito insieme con il Consiglio regionale attraverso la ditta Telpress. La rassegna quotidiana è verificata prima del rilascio dagli uffici stampa di giunta e Consiglio (a mesi alterni). La rassegna è fruibile su pc e su mobile.

## IX. Risorse finanziarie

Il piano risente dei tagli delle risorse e delle conseguenti restrizioni per le attività destinate alle relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e rappresentanza disposte dall' art. 6, comma 8 della legge n° 122/2010 (riduzione dell'80% della spesa rispetto a quanto sostenuto, per le stesse finalità, nell'anno 2009) e dunque prevede, in via prioritaria, l'ottimizzazione degli strumenti e delle risorse.

Il piano è da considerarsi flessibile, poiché correlato all'andamento delle azioni di governo, nonché alle disponibilità di bilancio.

Nell'ottica dell'ottimizzazione delle risorse umane ed economiche, il piano di comunicazione si avvale anche dei fondi dedicati Fesr, Fse, Feasr e dei progetti europei attivati.