

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Oggetto: Piano di comunicazione 2022 - 2024

LA GIUNTA REGIONALE

VISTO il documento istruttorio riportato in calce alla presente deliberazione, predisposto dalla Segreteria generale e dal quale si rileva la necessità di adottare il presente atto;

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

VISTA la proposta del Segretario generale contenente il parere favorevole di cui all'articolo 4, comma 5, della legge regionale 30 luglio 2021, n. 18 sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica e l'attestazione dello stesso che dalla presente deliberazione non deriva né può comunque derivare un impegno di spesa a carico del bilancio regionale;

VISTO l'articolo 28 dello Statuto della Regione;

Con la votazione, resa in forma palese, riportata nell'allegato "Verbale di seduta"

DELIBERA

- di approvare il "Piano di comunicazione 2022 – 2024" di cui all'allegato A, che costituisce parte integrante e sostanziale della presente deliberazione.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
Francesco Maria Nocelli

Documento informatico firmato digitalmente

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA
Francesco Acquaroli

Documento informatico firmato digitalmente



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

DOCUMENTO ISTRUTTORIO

Normativa di riferimento

- Legge n° 150/2000, “Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni”

Motivazione

La Legge n° 150/2000, in attuazione dei principi di trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa, disciplina le attività di informazione e comunicazione istituzionale. L'art. 12, in particolare, prevede che ciascuna amministrazione elabori un piano di comunicazione, ossia un documento programmatico per lo svolgimento coordinato delle attività di informazione e comunicazione istituzionale, il cui scopo è, sostanzialmente, quello di garantire l'organicità e la coerenza della comunicazione dell'ente, definendone nel complesso la strategia comunicativa ed individuando gli strumenti mediante i quali le attività di informazione e comunicazione saranno attuate nel periodo di riferimento, tanto nell'interesse dell'amministrazione quanto dei destinatari dell'attività di governo.

Muovendo dal disposto e dalla *ratio* della suddetta legge, la Giunta regionale ha quindi deciso di dotarsi di un nuovo piano di comunicazione per le annualità 2022 – 2024.

Il “Piano di comunicazione 2022 – 2024” tiene conto delle “Linee guida per l'elaborazione dei programmi di comunicazione delle pubbliche amministrazioni” della Presidenza del Consiglio dei Ministri; quanto a contenuti ed obiettivi, è in linea con il programma di governo 2020 – 2025 “Ricostruiamo le Marche” e la programmazione in esso contenuta muove dallo studio del contesto economico e sociale della Regione.

In particolare, il piano si sviluppa in una premessa e sette paragrafi in cui sono esplicitati: 1) l'analisi dello scenario; 2) la strategia comunicativa che la Regione Marche si propone di adottare nel triennio a venire; 3) gli obiettivi che con la stessa intende conseguire; 4) i destinatari dell'azione di comunicazione; 5) i soggetti preposti all'attuazione delle attività di informazione e comunicazione; 6) gli strumenti che saranno impiegati per veicolare i contenuti prodotti, con un focus particolare sui social network; 7) i temi sui quali l'azione di comunicazione della Regione si concentrerà con precipuo riguardo.

L'elaborazione di questo nuovo piano e, con esso, la definizione di una nuova strategia comunicativa dell'ente, si sono rese necessarie in quanto, negli ultimi anni, la comunicazione istituzionale ha assunto un ruolo fondamentale e strategico, rivelandosi funzionale tanto alla corretta rappresentazione delle azioni svolte e dei risultati conseguiti dall'amministrazione, quanto alla partecipazione dei cittadini alla vita pubblica.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

La pandemia da Covid-19, in particolare, ha posto inevitabilmente nuove sfide ed esigenze anche sul fronte comunicativo.

Da un lato, il racconto quotidiano dell'evolversi della pandemia e le nuove regole del vivere sociale imposte dall'emergenza hanno fatto sì che i cittadini riscoprissero il ruolo delle istituzioni come fonti primarie e rilevanti di informazione e comunicazione di pubblica utilità.

Dall'altro lato, la Regione si è trovata a svolgere un ruolo cruciale nel veicolare dati e messaggi corretti e nel rassicurare una popolazione sempre più smarrita. Il periodo di forzato isolamento, inoltre, ha notevolmente inciso sul processo di digitalizzazione della pubblica amministrazione e il web e i social sono diventati luoghi di incontro privilegiato. La crescente richiesta di informazioni accessibili a tutti e l'esigenza di guidare la collettività in un momento di profonda crisi hanno, in sostanza, cambiato i ritmi e i formati della comunicazione istituzionale.

Di tutto ciò l'amministrazione regionale ha quindi inteso prendere atto programmando, mediante il piano allegato, una nuova strategia comunicativa.

L'intento è quello di ottimizzare la comunicazione istituzionale, in modo da adattarla ad un contesto che esige ormai una relazione sempre più disintermediata, immediata e diretta con cittadini e stakeholder. Proseguendo anche quel processo di semplificazione e di rafforzamento della trasparenza rispetto al contenuto delle informazioni veicolate, si da far comprendere a pieno il ruolo della pubblica amministrazione ai cittadini.

Di conseguenza, pertanto, il nuovo piano di comunicazione delinea, per il triennio 2022 – 2024, una strategia comunicativa caratterizzata da: a) innovazione; b) accessibilità e inclusività; c) multicanalità; d) chiarezza; e) condivisione e partecipazione; f) velocità e immediatezza; g) continuità; h) omogeneità e coerenza.

Gli obiettivi che la Regione intende conseguire, mediante la programmazione in discorso, sono molteplici, tra i quali in particolare: - far conoscere a cittadini e stakeholder le politiche realizzate, instaurando un dialogo con il mondo esterno che permetta all'amministrazione di orientare e di orientarsi nel proprio mandato; - incrementare la fiducia nell'istituzione Regione; - coinvolgere i giovani; - agevolare la fruizione dei servizi da parte degli utenti; - promuovere la conoscenza dei provvedimenti della Giunta.

Si tratta di obiettivi ambiziosi, che l'amministrazione si propone di conseguire scegliendo e sfruttando di volta in volta il mezzo di comunicazione atto a garantire la massima efficacia nella diffusione e comprensione dei contenuti prodotti.

Per questo il nuovo piano di comunicazione individua gli strumenti che nel triennio a venire saranno utilizzati per veicolare le politiche regionali e far conoscere ad una platea vasta ed eterogenea di destinatari gli interventi, le iniziative e i risultati conseguiti dall'amministrazione.

L'accento è posto tanto sugli strumenti digitali, quanto sugli analogici tradizionali, all'insegna di una strategia comunicativa caratterizzata dalla multicanalità, da praticare secondo un approccio *through the line*.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Sito web istituzionale, siti tematici e social network, dunque; ma anche rassegna stampa ed eventi, nonché nuovi strumenti, quali il periodico “Le Marche”, la newsletter e l’Ufficio relazioni con il pubblico in chiave digitale, in modo tale da raggiungere target diversi e soddisfare a trecentosessanta gradi le necessità informative dell’utenza.

Di ciascuno di questi strumenti sono evidenziate specificità e potenzialità da sviluppare ulteriormente nel triennio a venire.

Ai social network, in particolare, è dedicato un focus specifico, attesi i vantaggi che tali strumenti comportano nel favorire i processi di interazione con i cittadini e diffondere rapidamente informazioni rilevanti.

I social, in sostanza, sono ormai un imprescindibile mezzo di comunicazione pubblica e un loro accorto utilizzo consente all’amministrazione di comunicare correttamente anche tematiche complesse, agevolando così l’utenza nella comprensione degli interventi posti in essere. Come dimostrano i dati raccolti e riportati nel piano allegato concernenti il traffico social, negli ultimi due anni i cittadini hanno dimostrato di considerare i profili istituzionali della Regione Marche un valido canale di informazione e comunicazione, con un considerevole incremento della *fanbase*, delle interazioni e delle reazioni su tutte le piattaforme.

Muovendo proprio da questa consapevolezza, pertanto, il “Piano di comunicazione 2022 – 2024” definisce una strategia comunicativa innovativa, che si fonda anche su un potenziamento della presenza social della Regione, in modo tale da ottimizzare i flussi comunicativi e diffondere informazioni ufficiali e autorevoli nel modo più efficace e veloce possibile.

Le azioni preordinate a garantire l’attuazione del presente piano e della strategia in esso descritta saranno curate e gestite dalla PO Informazione e Comunicazione Istituzionale nell’ambito della Segreteria generale, in raccordo con tutte le strutture del Sistema Regione.

Esito dell’istruttoria

Sulla base delle considerazioni sopra esposte, si propone alla Giunta regionale la presente deliberazione avente ad oggetto il “Piano di comunicazione 2022 – 2024”.

La sottoscritta, in relazione alla presente deliberazione, 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. 6-bis della Legge 241/1990 e degli artt. 6 e 7 del D.P.R. 62/2013 e della DGR 64/2014.

Il responsabile del procedimento
Margherita Gubinelli

Documento informatico firmato digitalmente



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

PROPOSTA E PARERE DEL SEGRETARIO GENERALE

Il sottoscritto propone la presente deliberazione e, considerata la motivazione espressa nell'atto, esprime parere favorevole sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica. Attesta, altresì, che dalla presente deliberazione non deriva né può derivare alcun impegno di spesa a carico del bilancio regionale.

Il sottoscritto, in relazione alla presente deliberazione, 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. 6-bis della Legge 241/1990 e degli artt. 6 e 7 del D.P.R. 62/2013 e della DGR 64/2014.

Il Segretario generale

Mario Becchetti

Documento informatico firmato digitalmente

ALLEGATI

- Piano di comunicazione 2022 – 2024 (Allegato A)

