

1 Analisi di contesto

La comunicazione come servizio fondamentale per il cittadino 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.

Sfide già complesse, rese ancora più difficili 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.

Originano da questi presupposti le scelte del Piano di comunicazione per il secondo semestre 2017, 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".

Il presente piano di comunicazione non ha copertura annuale ma semestrale. Le scelte effettuate nei primi sei mesi del 2017, infatti, sono state dettate dalle esigenze di emergenza legate al grave sisma e alle prime fasi post emergenziali e saranno di seguito rendicontate.

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.

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 due potenti repliche, il 26 e il 30 ottobre 2016, che hanno colpito in particolare la provincia di Macerata, con magnitudo massima di 6.5 gradi Richter. L'ultima sequenza di quattro scosse, di magnitudo, rispettivamente, 5.1, 5.5, 5.3 e 5.1, è stata registrata il 18 gennaio 2017, contemporaneamente a una forte ondata di neve e maltempo persistente, che si è abbattuta sulle zone terremotate.



Area interessata, comuni danneggiati e crateri del sisma



Una lunghissima emergenza, dunque, che nelle Marche ha interessato un'area di 5.166 chilometri quadrati, circa la metà dell'area complessiva colpita dal terremoto del centro Italia, con ben 87 Comuni riconosciuti all'interno del cratere (sui 131 riconosciuti come danneggiati nelle quattro regioni), distribuiti nelle province di Macerata, Ascoli Piceno, Fermo e Ancona.

La gestione dell'emergenza e della prima fase della ricostruzione.

In seguito ai gravi danni provocati dal sisma, la maggior parte delle risorse - umane, economiche e strumentali - è dedicata alla complessa gestione dell'emergenza e, in seguito, delle prime fasi della ricostruzione.

In una fase immediatamente successiva a quella della prima emergenza, è stata avviata l'attività per la ricostruzione, che fa capo a un apposito **Ufficio per la ricostruzione**, strutturato con una sede centrale e due sedi territoriali (Macerata-Ancona e Ascoli Piceno-Fermo), dotate di personale regionale e nazionale, che si occupa dei progetti di ricostruzione leggera e pesante per cittadini e imprese. Per la ricostruzione è stata prevista e fornita anche una speciale dotazione di personale per i Comuni del cratere.

Pressoché tutti gli uffici regionali sono ancora impegnati nella gestione post sisma, a partire **dall'accoglienza dei cittadini sfollati**, ai quali è erogato un contributo per l'autonoma sistemazione o è garantito il soggiorno in strutture alberghiere. Per gli stessi cittadini è già partita la macchina per la costruzione delle casette di legno (Sae) e per l'assegnazione di alloggi invenduti tramite bando Erap e, più strutturalmente, per la ricostruzione delle abitazioni (ricostruzione leggera e ricostruzione pesante in base alle ordinanze n. 4/2016, n.8/2016, n.12/2017, n.13/2017, n.19/2017).



Dati al 27-05-2017

Parallelamente procedono l'attività di individuazione e messa in opera dei siti e delle procedure per la **rimozione delle macerie**, per la **messa in sicurezza dei luoghi e degli edifici pubblici**, per il **ripristino delle attività agricole e produttive**, per **garantire gli adeguati presidi sanitari**, per il **sostegno all'occupazione e all'istruzione**, anche attraverso il complesso piano di riparazione o ricostruzione ex novo degli edifici scolastici, per il **recupero dei beni culturali danneggiati**.

2 Obiettivi e strumenti del piano di comunicazione per il secondo semestre 2017

Richiamati gli obiettivi generali per la comunicazione istituzionale previsti dagli art. 1 e 2 della legge n.150/2000¹, si rende conto qui di seguito, come premessa, delle attività di comunicazione effettuate nel primo semestre 2017, nel periodo immediatamente successivo all'emergenza sisma, e si prospettano gli obiettivi relativi al secondo semestre.

Primo semestre 2017 - rendicontazione

La comunicazione interna ed esterna si è concentrata in primo luogo sulla gestione dell'emergenza terremoto (l'ultimo sisma, accompagnato da condizioni metereologiche estremamente avverse e prolungate che hanno interessato proprio le zone colpite, si è verificato il 18 gennaio).

SISMA

News ed Eventi



Informazione puntuale dei cittadini, effettuata con cadenza quotidiana attraverso i comunicati stampa, le news del portale e i social network istituzionali, con i seguenti contenuti:

- attività di assistenza alla popolazione (gestione dell'emergenza sisma e neve nel periodo 18-25 gennaio 2017, alberghi, contributi di autonoma sistemazione (Cas), soluzioni abitative di emergenza (Sae), attività agricole)
- normativa relativa alla ricostruzione leggera e alla ricostruzione pesante (leggi, decreti, ordinanze, atti amministrativi)
- rendicontazione dello stato di avanzamento dei lavori di ripristino dei territori colpiti dal sisma (messa in sicurezza, ripristino della viabilità, gestione macerie, demolizione e ricostruzione scuole, opere pubbliche, beni culturali)

¹ 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.



Ecco le campagne di comunicazione per la ricostruzione pesante e per la ricostruzione leggera

Campagne di comunicazione sulla ricostruzione leggera e sulla ricostruzione pesante, elaborate per indicare in modo puntuale e mirato alle esigenze dei cittadini e delle imprese le norme relative alla ricostruzione leggera e pesante e le procedure da seguire per usufruire dei finanziamenti.

Nel primo semestre è stata completata l'elaborazione e la diffusione della campagna di comunicazione sulla ricostruzione leggera ed è stata elaborata la campagna sulla ricostruzione pesante, la cui diffusione si è conclusa all'inizio

del secondo semestre (il 5 giugno per quanto riguarda la campagna stampa e media e il 15 giugno per quanto riguarda la consegna capillare ai cittadini).

I materiali elaborati per ciascuna delle due campagne sono: un video di infografica da diffondere sui siti web e sui social, oltre che in televisione, 37 mila brochures per la ricostruzione leggera (30 mila ai cittadini e 7 mila per le imprese) e 30 mila brochures per la ricostruzione pesante e una apposita creatività per le locandine pubblicate sui principali quotidiani regionali (il Resto del Carlino e Corriere Adriatico).

La diffusione è stata effettuata attraverso uscite a pagamento sui media (giornali, tv, siti web di informazione) e la consegna capillare del materiale negli alberghi in cui alloggiano gli sfollati e presso i Comuni che hanno persone alloggiate in Cas o in albergo. La consegna è avvenuta sia via mail, sia direttamente a tutti i Comuni interessati. Per la diffusione sono stati impegnati i dipendenti dell'ufficio Informazione e comunicazione e del servizio Affari istituzionali e integrità insieme con i volontari della protezione civile regionale, che hanno provveduto al recapito Comune per Comune.

Lo stesso materiale è stato inoltrato via mail per la diffusione a: sedi Asur, ospedali, associazioni di categoria e sindacati.



Elaborazione del materiale informativo per le assemblee dei sindaci, della governance e di tutti gli altri incontri istituzionali

I contenuti diffusi riguardano la rendicontazione dell'attività del governo regionale, l'evoluzione della normativa sul sisma e le campagne di comunicazione della Regione.

CANALI SPECIFICI, DEDICATI ALLA COMUNICAZIONE SUL SISMA



Il portale www.regione.marche.it dove, a partire dal 24 agosto, i cittadini hanno trovato le informazioni in tempo reale relative sia all'emergenza sia alle procedure di assistenza, sia a quelle per la ricostruzione. Il portale, implementato quotidianamente con il coordinamento dell'ufficio Comunicazione e con l'apporto determinante del servizio Informatica e crescita digitale, fornisce notizie sia nella sezione "In primo piano", sia nei 20 focus tematici della sezione "Regione Utile", sia nella sezione "Comunicati stampa", dove le notizie indirizzate ai media relative al sisma sono contrassegnate da un apposito tag.



I siti dedicati "Sisma Marche" e "Ufficio speciale Ricostruzione Marche"

<http://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Terremoto-Marche>
Attivato a settembre 2016 e implementato con il supporto di: servizio Informatica, ufficio Stampa, Protezione civile, redazioni decentrate dei servizi regionali in base alle rispettive competenze.

<http://www.regione.marche.it/Regione-Utile/Ricostruzione-Marche>
Attivato a febbraio 2017 e gestito dall'Ufficio speciale per la Ricostruzione.



La rete social, composta da: pagine Facebook e Twitter istituzionali della Regione Marche, gestite dall'ufficio stampa

ATTIVITA' ORDINARIA DI COMUNICAZIONE

Superata la prima fase dell'emergenza, è stato possibile proseguire nel programma di comunicazione legato al piano di mandato, per gli aspetti riguardanti le sue linee fondamentali e quindi con particolare riguardo alle politiche sanitarie, che già nel piano 2016 erano state indicate come prioritarie.

In questo senso, nel corso del primo semestre, è stata elaborata, in collaborazione con Asur, la campagna di comunicazione relativa agli **Screening oncologici gratuiti**.

SECONDO SEMESTRE 2017 - PROGRAMMAZIONE

Il piano di comunicazione per il secondo semestre 2017 si pone i seguenti obiettivi:

SISMA

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

- attività di assistenza alla popolazione (alberghi, Cas, Sae, reperimento alloggi di edilizia popolare, attività agricole)
- normativa relativa alla ricostruzione leggera e alla ricostruzione pesante (leggi, decreti, ordinanze, atti amministrativi)
- rendicontazione dello stato di avanzamento dei lavori di ripristino dei territori colpiti dal sisma (gestione macerie, demolizione e ricostruzione scuole, opere pubbliche, beni culturali)

STRUMENTI: comunicati stampa, portale web www.regione.marche.it e social network istituzionali, video e infografiche dedicati alle attività di ricostruzione e ripristino sul territorio

2) **Proseguire nella diffusione delle campagne di comunicazione** sulla ricostruzione leggera e sulla ricostruzione pesante

- Implementazione dei contenuti nella home page e nei siti dedicati all'interno del portale www.regione.marche.it
- Presidio e rilancio dei post sui social network istituzionali
- Verifica della diffusione del materiale, delle criticità riscontrate attraverso le interazioni con i cittadini (social, posta elettronica, telefonate...) ed eventuali azioni di rinforzo in caso di criticità

STRUMENTI: portale web www.regione.marche.it, social network istituzionali, strumenti di misurazione dei contatti raggiunti (Facebook insights, Google analytics)

3) **Proseguire nella elaborazione del materiale informativo per le assemblee dei sindaci, della governance e di tutti gli altri incontri istituzionali**

I contenuti diffusi riguardano la rendicontazione dell'attività del governo regionale, l'evoluzione della normativa sul sisma e le campagne di comunicazione della Regione.

STRUMENTI: piattaforme di dati regionali

ATTIVITA' ORDINARIA DI COMUNICAZIONE

Il principale impegno nella comunicazione nel secondo semestre 2017 riguarderà la elaborazione della campagna per la rendicontazione di metà mandato. Per quanto attiene, in particolare, alla sanità, inoltre, sarà completata la campagna sugli screening oncologici gratuiti e sarà impostata la comunicazione relativa alle nuove modalità di accesso ai presidi di pronto soccorso.

1) **Rendicontazione di metà mandato**

campagna di comunicazione con realizzazione esterna della creatività

Il piano di comunicazione si strutturerà come segue:

- **Individuazione dei temi:** INFRASTRUTTURE (Anas-strade, banda ultralarga, piste ciclabili, ferrovia Orte-Falconara, uscita Ovest, porto, Quadrilatero, Fano – Grosseto), SANITA' (liste di attesa, investimenti, assunzioni, riforma accreditamento, prolungamento orari visite, nuove strutture ospedaliere, elisoccorso notturno, promozione sportiva e stili di vita), RIORGANIZZAZIONE DELLA MACCHINA REGIONALE, RISPARMI NEI COSTI DELLA POLITICA (giunta, fitti passivi), SEMPLIFICAZIONE ISTITUZIONALE (Ente unico per il diritto allo studio universitario Erdis, aggregazione delle Camere di commercio), AERDORICA, FONDI EUROPEI (capacità di spesa, bandi per imprese, aree interne, lavoro e formazione - Fesr, Fse, altri bandi, agricoltura e Pesca (Fesr, Psr, Feamp), sociale, FISCALITA' (abbassamento tasse per imprese e cittadini), CULTURA (investimenti), PROMOZIONE DEL TERRITORIO (turismo, sport, grandi eventi), INTERNAZIONALIZZAZIONE – MACROREGIONE ADRIATICO IONICA.

- **Raccolta dei dati e delle informazioni presso i servizi** (entro il 30 giugno)
- **Stesura del documento di lavoro e incontri per l'elaborazione della creatività** (entro il 15 luglio)
- **Messa a punto dei materiali** (agosto-settembre)
- **Diffusione dei materiali** (ottobre-dicembre)

STRUMENTI: comunicati stampa, portale web www.regione.marche.it, social network istituzionali, materiale specifico da realizzare tramite affidamento esterno della creatività

2) **Prosecuzione della campagna di comunicazione sugli screening oncologici gratuiti**

La campagna, realizzata in collaborazione con Asur, è utilizzata dalla Regione Marche per una capillare diffusione web e sulle pagine social. Rilasciata ufficialmente il 21 giugno, al 23 giugno ha ottenuto, senza sponsorizzazioni, risultati molto significativi in termini di interazioni, soprattutto sulla pagina istituzionale Facebook: 446 condivisioni, 57.444 persone raggiunte e 17 mila visualizzazioni (dati significativi per l'algoritmo), oltre a 309 like. In considerazione dell'importanza attribuita alla comunicazione di questo tema, l'azione sui contenuti proseguirà come segue:

- **Presidio dei post su Facebook e Twitter** con particolare attenzione alle risposte ai post degli utenti
- **Valutazione dei risultati della campagna:**
 - misurazione dell'andamento delle risposte positive agli inviti agli screening (su base semestrale)
 - customer telefonica a cura delle segreterie organizzative degli screening (fattibilità in fase di verifica)

STRUMENTI: strumenti di misurazione dei dati di interazione Facebook e Twitter, data base risposte agli screening servizio Sanità, indagine customer (da verificare)

3) **Nuove modalità di accesso ai presidi di pronto soccorso**

Campagna da realizzare con il coordinamento del servizio Sanità e il coinvolgimento di Asur e Aziende ospedaliere.

Per il semestre si prevede la possibilità di dare il via al confronto per la elaborazione dei contenuti e alla fase della progettazione, per la diffusione a fine 2017-inizio 2018.

3 Altri piani di comunicazione dell'Ente

I piani di comunicazione specifici dei diversi servizi, approvati o da approvare con singoli atti, sono i seguenti: Cultura, Turismo, Fondi europei FESR, FSE, Fondi ad accesso diretto, FEASR e PSR. Tali piani non sono al momento gestiti dall'ufficio Informazione e comunicazione, ma dai singoli servizi. A questo proposito si consulti il testo della direttiva al capitolo 5 della presente relazione.



All'interno del piano di comunicazione del Turismo si segnalano le attività relative al rilancio del territorio post sisma, in particolare con la campagna ViviAmo le Marche. In questa campagna sono state coinvolte ventiquattro personalità importanti, volti noti e di diversa estrazione, che hanno scelto di sostenere le Marche: Giancarlo Basili, Emanuele Birarelli,

Cesare Bocci e Daniela Spada, Andrea Bocelli, Moreno Cedroni, Maurizio Compagnoni, Jury Chechi, Chiara Daraio, Diego Della Valle, Elisa Di Francisca, Dante Ferretti, Juan Diego Florez, Raphael Gualazzi, Roberto Mancini, Neri Marcorè, Mario Martone, Lucia Mascino, Antonio Paolucci, Tullio Pericoli, Giuseppe Piccioni, Vittorio Sgarbi, Giampiero Solari, Gianmarco Tamberi, Mauro

Uliassi, Elda, Donatella, Simonetta, Orietta Varnelli.

Tra loro, Neri Marcoré ha dato vita a un ulteriore progetto di promozione, "RisorgiMarche", previsto nel periodo giugno-agosto 2017.



UFFICIO INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE: è strutturato all'interno del servizio Attività istituzionali e integrità. Cura e coordina le attività di informazione e comunicazione istituzionale, al fine del perseguimento della realizzazione ottimale e omogenea della comunicazione istituzionale.

L'ufficio garantisce:

- realizzazione del piano di comunicazione dell'Ente;
- realizzazione e 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:

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.

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.

Campagne di comunicazione istituzionale e relativo coordinamento con i servizi

Sito web: 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 seminariali,

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

4 Formazione degli operatori

E' prevista, entro fine anno, un'attività di formazione 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 dall'anno 2016, nel corso del quale si è svolta una lezione introduttiva.

5 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”.

In termini di coordinamento della comunicazione assume significato anche la gestione unitaria del **nuovo portale web della Regione Marche consultabile all'indirizzo www.regione.marche.it** .

L'azione principale, posta alla base dell'intero Piano di comunicazione regionale per l'anno 2016, è stata la creazione del nuovo portale della Regione Marche. Raggiungibile all'indirizzo Internet www.regione.marche.it e derivante dalla razionalizzazione dei 261 siti precedentemente esistenti, che in parte sono stati eliminati (se inutilizzati o obsoleti) e in parte sono stati reindirizzati, laddove possibile, nella nuova struttura web progettata dalla p.f. Sistemi informativi e telematici in collaborazione con il settore Comunicazione del Gabinetto del Presidente, con il fine, al termine del lavoro, di rendere il sito più fruibile per i cittadini, rendendo omogenei grafiche, percorsi e modalità di fruizione ed espressione dei contenuti.

Così strutturato, il nuovo portale della Regione Marche si pone anche come strumento di coordinamento tra i diversi settori, indicati all'interno del sito come “temi di interesse” e che, insieme, coprono tutta l'attività amministrativa dell'Ente.

Per ognuno di essi è stata richiesta la nomina di un responsabile della comunicazione, che avrebbe dovuto riferire all'ufficio di coordinamento del capo di gabinetto e la cui attività avrebbero dovuto coordinarsi con quelle di tutti gli altri settori.

Al momento risulta non funzionante la rete dei referenti, che andrà pertanto riorganizzata.

Analoga importanza è rivestita dal **rinnovo della intranet**, attualmente in corso a cura del servizio Informatica e crescita digitale.

Dal punto di vista tecnico le attività pianificate sono:

- Giugno 2017 – Settembre 2017 (project manager Andrea Sergiacomi - referente tecnico Giovanni Lucarelli – Servizio informatica e crescita digitale)

Attivazione e sperimentazione della community extranet <http://comunicazione.social.marche.it> basata sulla piattaforma interna di enterprise social network Teammee, allo scopo di agevolare l'interscambio informativo tra i referenti della comunicazione (e a regime tra tutti i dipendenti regionali), anche via Internet (e con un sistema di notifica delle segnalazioni via email) e la pianificazione ed il coordinamento delle attività per l'organizzazione di eventi istituzionali che coinvolgano le funzioni di rappresentanza, cerimoniale e convegnistica (utilizzando le funzionalità di assegnazione compiti e verifica dello stato di esecuzione).

- Maggio 2017 – Gennaio 2018 (project manager Andrea Sergiacomi - referente tecnico Luca Di Ruggero)

Migrazione dei contenuti e dei servizi della Intranet attuale POINT in tecnologia Sharepoint 2016, allo scopo di garantire la loro fruizione in modalità responsive (ovvero anche attraverso dispositivi mobili) e via Internet (quindi non più solo attraverso la rete intranet regionale e razionalizzare l'interfaccia e le funzionalità di ricerca per ottimizzare il reperimento di contenuti, dati, documenti, modulistica, etc.

6 Strumenti informativi per l'Ente

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.

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.

7 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.