

PIANO DI COMUNICAZIONE 2016



Giunta regionale Marche

1. OBIETTIVI GENERALI E CONTESTO

Un sistema di sinergie tra tutti i servizi a vario titolo impegnati nelle attività di informazione e comunicazione con il fine di comunicare in modo unitario e coerente l'azione amministrativa a servizio del cittadino, di sviluppare la partecipazione e di razionalizzare la spesa

E' la finalità generale del Piano di comunicazione per l'anno 2016, 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".

1.1 - Obiettivi generali dell'informazione e della comunicazione istituzionale

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.

1.2 - Metodo

Il piano di comunicazione richiede un'unitaria attività istituzionale e a questo scopo sono previste modalità di raccordo e coordinamento dei diversi settori e uffici regionali. Tale coordinamento, specificato anche nel piano della performance e in apposite direttive, è affidato al Segretario generale.

2. LA COMUNICAZIONE DELLA REGIONE MARCHE PER L'ANNO 2016

2.1 – Obiettivi

2.1.1 comunicare in modo unitario l'azione amministrativa

- creare un nuovo portale risultante dalla razionalizzazione dei siti esistenti
- coordinare informazione e comunicazione
- coordinare le attività di comunicazione specifiche dei diversi servizi
- coordinare unitariamente le attività di rappresentanza, cerimoniale e convegnistica

2.1.2 sviluppare le dinamiche partecipative di cittadini e stakeholders in un sistema in cui sia possibile comunicare in maniera rapida ed efficace

- elaborare sistemi differenziati di navigazione del portale (tematici, cronologici, strutturali)
- prevedere sistemi di verifica della citizen satisfaction
- sondaggi
- mail dedicate
- campagne di ascolto sul territorio con cadenza annuale
- razionalizzazione dei front office
- razionalizzazione dei numeri verdi

2.1.3 ridurre i costi

- ridurre l'informazione-comunicazione cartacea, aumentando la comunicazione on line, ma garantendo al contempo i cittadini rispetto al rischio di digital divide
- ottimizzare i sistemi di comunicazione tra Giunta e Consiglio regionale

2.2 Azioni Correlate

- **Creazione del nuovo portale della Regione Marche (obiettivi 2.1.1 e 2.1.2)**
- **Creazione della nuova rivista istituzionale on line Marche.net (obiettivo 2.1.3)**
- **Creazione di una rete di sportelli per il pubblico, fisici e telematici (obiettivo 2.1.2)**
- **Coordinamento dei contenuti e della eventuale spesa di tutte le attività di comunicazione dell'Ente, comprese quelle legate ai fondi europei (obiettivo 2.1.1)**
- **Ampliamento dell'ufficio Comunicazione** comprensivo di una struttura centrale e del gruppo dei referenti della comunicazione (uno per ciascun settore individuato come strategico all'interno del sito) **(obiettivi 2.1.1 e 2.1.2)**
- **Aggiornamento e qualificazione** attraverso corsi previsti dalla scuola di formazione della Regione Marche nei settori dell'informazione (stampa) e della comunicazione
- **Promozione di forme di collaborazione giunta-consiglio** per l'acquisto e l'utilizzo di strumenti informativi a uso degli uffici, della giunta e del Consiglio per l'acquisto e l'utilizzo di strumenti informativi a uso degli uffici, della giunta e del Consiglio (Agenzie di stampa, sistema di rassegna stampa)

2.3 - Temi

Il piano è collegato alla relazione programmatica della nuova legislatura (2015-2020) e in particolare alle azioni di governo individuate per i primi trecento giorni. La comunicazione per l'anno 2016 riguarda in via prioritaria:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • SANITA' <ul style="list-style-type: none"> ○ Eccellenze del sistema regionale ○ Rete dell'emergenza ○ Ospedali per acuti ○ Medicina territoriale e ospedali di comunità ○ Personale/Assunzioni ○ Rete socio-sanitaria ○ Domiciliarità ○ Punti nascita |
|---|

- Liste d'attesa
- **INFRASTRUTTURE**
 - Quadrilatero
 - Fano Grosseto
 - Porto-Aeroporto-Interporto
- **MACROREGIONE DEL CENTRO ITALIA**

A questi tre temi prioritari si aggiungono i temi di pertinenza dei singoli assessorati:

- **SERVIZI SOCIALI**

- Integrazione socio sanitaria
- Immigrazione: Accordi Regione-Anci-Prefetture per l'accoglienza e progetti Fami (Fondo accoglienza migranti)
- Politiche per il contrasto della povertà
- Disabilità-Progetto vita indipendente
- Autismo- sviluppo progetto per adulti
- Affidamento familiare- costituzione tavolo Anci-associazioni-tribunale minorenni per promozione pratica affidamento

- **SPORT**

Le politiche della Regione Marche in questo settore sono tese a coniugare sport e sociale, sport e salute. In quest'ottica dunque saranno promossi i singoli eventi e saranno valorizzate le numerosissime eccellenze del territorio

- Principali eventi

GARE INTERNAZIONALI

- 04 – 06 MARZO Coppa Davis Italia – Svizzera Tennis - Pesaro
- 10 – 13 MARZO Mondiali Atletica Indoor Diversamente Abili -Ancona
- 29 MARZO – 03 APRILE Europei Atletica Indoor Master Atletica -Ancona
- 01 – 03 APRILE Coppa del Mondo di ginnastica ritmica - Pesaro
- 08- MAGGIO Collemar-athon - Barchi - Fano (PU)
- 16 AGOSTO Ciclismo Internazionale Under 23 – Capodarco (FM)

GARE NAZIONALI

- 26 – 28 FEBBRAIO Campionato Italiano master atletica leggera -Ancona
- 04 – 05 MARZO Campionato nazionale Ginnastica artistica Serie A e Serie B -Ancona
- 05 – 06 MARZO Campionati Italiani Assoluti di atletica leggera –Ancona

(elenco completo nella sezione sport del sito www.regione.marche.it)

- Programma degli interventi di promozione sportiva
- Defibrillatori
- Valorizzazione delle eccellenze sportive marchigiane (campioni e realtà sportive)

- **COMUNICAZIONE**

- Nuovo portale web della Regione Marche
- Marche.net, nuova rivista on line

- **EDILIZIA PUBBLICA**

- sblocco degli investimenti per le strutture ospedaliere (36 milioni di investimenti) e manutenzione ospedali
 - Fermo

- Salesi
 - Marche Nord
 - Marche Sud
 - Marche Centro
-
- **INFRASTRUTTURE**
 - Fano-Grosseto
 - Quadrilatero
 - Porto-aeroporto-Interporto

 - **AGRICOLTURA**
 - Comunicazione del Psr
 - Bandi per le aziende
 - Agrisociale
 - Progetto GAL

 - **URBANISTICA PAESAGGIO E TERRITORIO**
 - 8 aprile : Convegno “Il governo dei nostri suoli” a Treia
 - 11 maggio: Giornata del territorio
 - Data da definire: Convegno Itaca su trasparenza appalti

 - **INDUSTRIA**
 - industria 4.0

 - **PESCA**
 - progetto Pappa Fish

 - **ARTIGIANATO, COMMERCIO**
 - misure di rilancio settore artigianato artistico e commercio centri storici

 - **POLITICHE COMUNITARIE**
 - principali bandi FESR in uscita (aree di crisi, made in Italy, startup innovative etc)

 - **CAVE**
 - riconversione cave dismesse

 - **COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO**
 - coordinamento rete soggetti
 - iniziativa AD MED

 - **PARI OPPORTUNITA'**
 - sostegno CAV (centri anti violenza)

 - **INTERNAZIONALIZZAZIONE**
 - progetti speciali (Russia, Nord America)

 - **COOPERAZIONE**
 - sostegno nuove cooperative

 - **TUTELA DEI CONSUMATORI**
 - progetto MAP 7

- **LAVORO**
 - Politiche passive: vertenze tra imprese-Rsu lavoratori-sindacati, ammortizzatori sociali, previdenza complementare e integrativa
 - Politiche attive: accesso dei giovani all'occupazione (progetti), riqualificazione dei lavoratori (over 30/40/50), occupazione femminile, progetti filiere e comparti (FSE/FESR/PSR), informativa sui bandi in uscita, lavoro e disabilità, sicurezza sul lavoro.
- **FORMAZIONE**
 - Orientamento scolastico e professionale (alternanza scuola lavoro, sperimentazione duale, ITS, IFTS, leFP, alto apprendistato), formazione continua, qualifiche professionali specifiche per i settori individuati, corsi di specializzazione
- **ISTRUZIONE**
 - Dimensionamento scolastico e professionale, contrasto alla dispersione scolastica precoce, linee guida per una nuova offerta formativa (scuola secondaria di primo e secondo grado), incremento rete istituti scolastici professionali
- **UNIVERSITA' E DIRITTO ALLO STUDIO**
 - Alta formazione (Eureka, borse di ricerca, dottorati industriali, master di settore), Riforma Ersu, Università e territorio (progetti di Terza Missione), tirocini formativi (Ufficio per il Processo).
- **SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA**
 - Consulta familiare: nuclei progettuali (sostegno alla genitorialità, affido e accoglienza, sostegno alla disabilità e agli anziani, contrasto alle dipendenze, norme giuridiche a sostegno della famiglia, inclusione sociale e lotta alla povertà)
- **BILANCIO**
 - Comunicazione sugli adempimenti ordinari (tra cui preventivo, assestamento, consuntivo)
 - Azioni di efficientamento e riorganizzazione dei centri di spesa
 - Spending review
- **DEMANIO E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO**
 - Valorizzazione e gestione del patrimonio immobiliare
- **INFORMATICA E RETI ICT**
 - Piano digitale
 - Polo di Conservazione Regionale
 - Pagamenti on line in raccordo con Agid
 - Fascicolo sanitario elettronico (sensibilizzazione sul consenso, servizi di EHealth); il progetto prevede il rilascio di un portale che eroga i servizi di sanità elettronica: oltre a quelli propri del fascicolo sanitario elettronico tipo accesso ai referti sanitari, pagamenti elettronici, prenotazione Cup Online, etc
 - Spid (richiesto da Agid)
- **ENTI LOCALI**
 - Definizione delle funzioni derivanti dalla riorganizzazione delle Province
 - Valorizzazione delle azioni di aggregazione dei Comuni (fusioni, unioni, aggregazioni di servizi)
- **PERSONALE**
 - Acquisizione del personale delle Province

- Riorganizzazione dell'ente
- Laboratorio triennale di formazione interna per la programmazione e la progettazione integrata
- **CULTURA E TURISMO**
 - Piano di comunicazione per le mostre del giubileo Straordinario della Misericordia (a cura del servizio Cultura e turismo, da approvare con apposita delibera)
 - Turismo: Piano triennale di promozione turistica, con particolare riferimento alla sezione centrale del DESTINATION MARKETING e alle schede sui fondi POR FESR (integrazione turismo cultura), sulle aree interne e POR FEASR, con riferimento al progetto #ruralmarche – GAL (approvato con apposita delibera)
 - Piano annuale delle della cultura (da approvare con apposita delibera)
- **CACCIA E PESCA**
 - Convegno sulla Pesca – Loreto – 19/20 maggio
 - Convegno caccia (da definire)
 - Piano di comunicazione Feamp (da definire)
- **TRASPORTI**
 - Convegno cornice normativa e amministrativa per la pubblicazione della gare regionali del Tpl su gomma
- **AMBIENTE**
 - Referendum su trivellazioni (in corso)
 - Aree interne – progetto Barca (già iniziata)
 - Parchi ed aree protette
 - Ventennale “Carta di Fonte Avellana” (ha una valenza sovregionale, si svolgerà il 13 e 14 maggio 2016)
 - Nuovo PEAR (a fine anno)
 - Rifiuti (eccellenze del sistema di gestione)

Le modalità informative e comunicative di ciascun argomento saranno valutate congiuntamente dall'Ufficio stampa e dall'Ufficio Comunicazione.

La comunicazione potrà avvenire dunque attraverso il canale della informazione istituzionale, gestito dall'ufficio Stampa, o anche con apposite campagne di comunicazione da attuarsi secondo il piano media di cui al paragrafo 2.3.1 e in base ai piani di comunicazione specifici dei singoli settori, di cui agli allegati 1, 2, 3, 4 del presente documento), oppure attraverso iniziative specifiche (presentazioni pubbliche, ecc...).

I piani di comunicazione specifici, approvati o da approvare con singoli atti, sono i seguenti:

Cultura e Turismo: Piano di comunicazione per le mostre del giubileo Straordinario della Misericordia (a cura del servizio Cultura e turismo)

Turismo: Piano triennale di promozione turistica, con particolare riferimento alla sezione centrale del DESTINATION MARKETING e alle schede sui fondi POR FESR (integrazione turismo cultura), sulle aree interne e POR FEASR, con riferimento al progetto #ruralmarche – GAL

Piano annuale delle della cultura

Piano di Comunicazione 2016 - Fondi europei FESR, FSE, CTE e Fondi ad accesso diretto – sintesi (a cura del servizio Politiche comunitarie e autorità di gestione FESR e FSE)

Piano di Comunicazione FEASR (a cura del servizio Ambiente e agricoltura)

Piano di comunicazione FSE (a cura del servizio Politiche comunitarie e autorità di gestione FESR e FSE)

Piano di comunicazione Sanità

Piano di comunicazione governo liste di attesa

3 - I SOGGETTI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

1) **Ufficio Comunicazione** – attuale strutturazione

- 2 unità con funzioni amministrative e di segreteria
- 1 unità per assistenza grafica

La strutturazione andrà adeguata nel corso dell'anno, con apposito atto, alle nuove esigenze di comunicazione dell'ente

2) **Ufficio Stampa**

- 6 giornalisti di cui un caporedattore
- 1 fotografo
- 1 cineoperatore-montatore

3) **Ufficio del Portavoce**

4) **Ufficio del Cerimoniale**

REFERENTI DI ALTRI SERVIZI:

- referente informatico
- referente ufficio statistica

3.1 UFFICIO COMUNICAZIONE

L'Ufficio dovrà essere strutturato in modo da curare e/o coordinare tutte le attività di comunicazione istituzionale.

Il responsabile dell'ufficio Comunicazione, sulla base delle indicazioni del Segretario generale, coordina:

- i contenuti del portale Internet attraverso persona o gruppo dedicato
- i servizi resi al pubblico attraverso gli sportelli fisici e telematici
- il gruppo della comunicazione allestito presso il Comitato di direzione
- le attività dell'Ufficio stampa con l'Ufficio del portavoce

e garantisce il raccordo con:

- i referenti dei servizi di supporto
- l'ufficio del portavoce
- gli amministratori dei social network.

L'attività è regolata ai sensi dell'Art. 8 L150/2000:

- è indirizzata ai cittadini singoli e associati.
- garantisce l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni;
- agevola l'uso dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;
- promuove l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;
- attua, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
- garantisce la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.
- produce il report annuale della comunicazione e dell'informazione

Ai sensi dell'art. 8 della L. 150/2000, è realizzata anche la rete degli **sportelli per il pubblico, fisici e telematici, che mette a sistema gli uffici per le relazioni con il pubblico, opportunamente riorganizzati e riqualificati, con lo sportello per la semplificazione, di cui all'art. 8, comma 2 della L.R. 3/2015, e con gli sportelli per le imprese ed i cittadini previsti dalle normative di settore.**

A questo settore sono dunque assegnati:

- campagne di comunicazione istituzionale e relativo coordinamento con i servizi
- sito web: coordinamento delle attività di comunicazione dei referenti della comunicazione istituzionale
- gestione dei social network istituzionali in collaborazione con l'Ufficio stampa
- coordinamento delle attività di comunicazione dell'Ente (Urp, campagne di comunicazione, eventi, sito web, social network), delle attività di informazione (ufficio stampa), dei referenti informatici, della statistica, dei grafici e del cerimoniale
- organizzazione, co-organizzazione, coordinamento eventi, pubblicazioni, presenze della regione a manifestazioni esterne
- gestione del logo della Regione Marche

3.2 UFFICIO STAMPA (scheda a cura dell'Ufficio stampa)

L'ufficio Stampa assolve ai compiti istituzionali di informazione. La sua attività è indirizzata ai mezzi di informazione di massa e ai social network.

Le principali funzioni dell'ufficio stampa sono quelle di selezionare, filtrare e veicolare il flusso delle informazioni provenienti dall'interno dell'ente verso gli organi di informazione. I suoi principali interlocutori sono i mass media: quotidiani, radio, tv, riviste, ecc. in grado di raggiungere la totalità dei cittadini o precisi e circoscritti target di utenza.

Funzione

Cura l'informazione diretta al giornalista e ai social network, accreditandosi – con la serietà e la completezza del proprio lavoro – come fonte attendibile per quanto riguarda l'attività dell'ente. Risponde al fondamentale compito di fornire informazione e di rappresentare un valido interlocutore per le redazioni giornalistiche.

Obiettivi

- Ottenere la maggiore visibilità possibile costante e mirata sui media e sui social network.
- Certificare e avallare la credibilità delle informazioni divulgate dall'Ente.
- Interessare i giornalisti all'attività dell'Ente.
- Creare un flusso continuo di informazioni a beneficio dei cittadini che vanno informati correttamente.
- Accreditarlo il proprio Ente come fonte indispensabile sulle tematiche istituzionali e amministrative di competenza.

Situazione attuale

L'Ufficio Stampa della Giunta regionale è composto da otto giornalisti: sei redattori ordinari, un fotografo e un cineoperatore. Sei sono professionisti (redattori ordinari, con contratto giornalistico), due pubblicisti (fotografo e cineoperatore, con contratto amministrativo). L'orario di lavoro è di 36 ore settimanali. A seguito della contrattazione decentrata ("superminimo"), i giornalisti sono tenuti a prestare obbligatoriamente 130 ore di lavoro aggiuntive (più ulteriori 100 ore, se richieste, ma di fatto regolarmente svolte), per cui l'orario di lavoro è distribuito con almeno tre rientri settimanali.

Presenze richieste

Per assicurare una copertura costante di tutti i media è demandata al segretario generale o suo delegato una organizzazione dei turni che preveda la presenza in servizio 365 giorni l'anno negli orari necessari per la tempestiva diffusione delle notizie.

Mansioni

- comunicati delle sedute della Giunta regionale, degli assessorati e dei servizi regionali;
- rapporti con le testate giornalistiche locali, regionali e nazionali;
- rapporti con gli uffici stampa delle organizzazioni pubbliche e private (locali, regionali, nazionali);
- rassegna stampa quotidiana (on line), in collaborazione con l'Ufficio Stampa dell'Assemblea legislativa;
- video rassegna quotidiana (TG3 Rai, TVRS, TVCENTROMARCHE, 7GOLDMARCHE, èTV – 1.900 circa i servizi televisivi archiviati con la Telerassegna del 2015);

- stesura dei comunicati stampa (nel 2015 sono stati inviati 649 comunicati, con un'interruzione dell'attività di diverse settimane dovuta al rispetto delle disposizioni della par condicio per le Elezioni Regionali 2015);
 - convocazione delle conferenze stampa (65 nel 2015) e la gestione stampa della convegnistica;
 - predisposizione di servizi fotografici a corredo dei comunicati, delle conferenze stampa e della convegnistica (278 quelli realizzati nel 2015);
 - realizzazione di servizi televisivi (per i siti della Regione e per le emittenti televisive marchigiane, alle quali si inviano i servizi relativi alle conferenze stampa e alle altre iniziative di maggiore rilievo: sono 120 gli eventi video seguiti nel 2015);
 - predisposizione dei servizi per le emittenti radiofoniche regionali (un centinaio, estrapolando l'audio dai servizi tv);
 - gestione dei social istituzionali della Regione (<https://www.facebook.com/PaginaUfficialeRegioneMarche/> settimana 16-22 febbraio: 57.087 visualizzazioni dei post; pubblico più ampio: uomini 25-34 anni (14%); mezzo più utilizzato per l'accesso: dispositivi mobili (55%) e twitter (<https://twitter.com/RegioneMarcheIT> - 10.000 follower - 4.244 tweet).
- L'Ufficio Stampa, inoltre, collabora alla realizzazione dei publiredazionali e cura l'inserimento su Internet e sui social network dei comunicati stampa.

3.2.1 Marche.net – la rivista on line della Regione Marche

Il nuovo periodico regionale "Marche.net" è stato realizzato internamente dall'Ufficio stampa e dalla PF Sistemi Informativi della Giunta regionale. Utilizza la piattaforma editoriale gratuita WordPress che garantisce un approccio flessibile e dinamico alla gestione degli articoli.

La grafica e l'impaginazione consentono una fruizione e una lettura intuitiva del periodico sia su pc, sia sui dispositivi mobili. È stata inoltre data massima attenzione agli aspetti di accessibilità per realizzare un sito web dall'aspetto pulito e gradevole, chiaro dal punto di vista della disposizione delle informazioni ed estremamente versatile.

L'architettura informativa rispecchia quella adottata per il nuovo portale istituzionale di prossima uscita. Tutti i contenuti inseriti (articoli, immagini o altri contributi multimediali) vengono catalogati attraverso una serie di informazioni che rimandano ai temi regionali, in maniera omogenea rispetto agli altri contenuti caricati sul portale.

Nel periodico online questi canali tematici sono così riassunti: Ambiente e Territorio, Economia e Lavoro, Infrastrutture e Trasporti, Istruzione e Formazione, Sanità e Sociale, Turismo e Cultura. L'articolazione degli stessi, tuttavia, prevede anche una sotto catalogazione che arriva fino al dettaglio delle singole deleghe assessorili. In questo modo saranno possibili integrazioni tra il portale istituzionale (e le sue sezioni tematiche) e gli articoli della rivista online.

Le informazioni verranno sviluppate dall'Ufficio stampa, con logiche e metodiche giornalistiche. Sono state predisposte una serie di sezioni (editoriale, in copertina, in evidenza, ultime notizie, contributi video/social, focus tematici e approfondimenti, gallery, etc.) per dare maggiore risalto alle novità, agli aggiornamenti in tempo reale e agli argomenti d'attualità più rilevanti per Regione Marche.

3.3. UFFICIO DELLA 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. Il portavoce, incaricato dal medesimo organo, non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. I rapporti tra il portavoce, l'ufficio Stampa e l'ufficio Comunicazione sono coordinati dal capo di Gabinetto.

3.4 UFFICIO DEL CERIMONIALE (scheda a cura dell'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 Capo di Gabinetto e la P.O. «Cerimoniale e supporto alla gestione finanziaria, contabile e organizzativa» 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,
- gestire i procedimenti per la concessione di contributi di sostegno a 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,
- Festività e onori

L'organizzazione di tali avvenimenti è caratterizzata da 4 aspetti:

- TECNICO (predisposizione documenti, programma, invito, scelta delle sedi, ecc.)
- LOGISTICO (i servizi organizzativi, alloggi e trasporti invitati, adeguamento ed allestimento sedi, coordinamento fornitori, tecnici, impianti)
- CERIMONIALE (applicazione delle regole negli inviti, nell'accoglienza, nella disposizione tavoli e assegnazione posti in base al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 14/4/2006)

3.5 SOCIAL MEDIA

E' in corso di valutazione l'organizzazione di un gruppo di lavoro specificamente dedicato alla gestione dei social media, a partire dall'ottimizzazione delle esperienze attualmente in essere all'interno dell'Ente, la cui attività deve però essere maggiormente armonizzata e ottimizzata.

3.5 SERVIZI DI SUPPORTO

- referente informatico
- referente ufficio statistica

4- FORMAZIONE DEGLI OPERATORI

(scheda a cura del servizio Personale)

L'attività di formazione si sviluppa in base all'asse strategico **Rendicontazione sociale e comunicazione** della Scuola di formazione della Regione Marche

TITOLO	L'ufficio stampa e la comunicazione istituzionale
---------------	--

COD.	
-------------	--

DESTINATARI	Addetti all'Ufficio Stampa della Giunta regionale e addetti stampa presso il Consiglio Regionale. Rete dei referenti della comunicazione. Addetti al caricamento dei contenuti.
--------------------	---

FINALITÀ	<p>Nell'ambito nel Piano della Performance 2016-2018, è inserito l'obiettivo "Uniformare la comunicazione digitale" quale obiettivo trasversali delle strutture della Giunta Regionale. Esso prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la riprogettazione del sito istituzionale con l'individuazione dei temi di interesse per il territorio e i loro ulteriori focus di dettaglio; - l'utilizzo dei nuovi sistemi a supporto della comunicazione trasparente ed efficace dei bandi ed in generale delle opportunità del territorio, di news ed eventi riconducibili ai temi di interesse. <p>Su questa base, si sta operando una drastica riduzione del numero di siti tematici regionali, che saranno integrati in un sito regionale con accesso unico, di facile fruibilità, con contenuti riorganizzati in base alle esigenze dei cittadini.</p> <p>Detta riorganizzazione dovrà avvenire sulla base di paradigmi di riferimento ben definiti, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la creazione di uno stile omogeneo di comunicazione, - l'aggregazione dei contenuti secondo tematismi e, all'interno di ogni tematismo, la definizione di focus tematici, - la riorganizzazione grafica secondo un'ottica di trasparenza ed accessibilità da parte del cittadino. <p>Si renderà, pertanto, necessario:</p> <ul style="list-style-type: none"> - innovare lo stile e le tecniche di comunicazione ed informazione, allo scopo di conservare l'efficacia del dialogo tra amministrazione e cittadini; - definire nuove modalità di gestione della comunicazione coerenti con le caratteristiche e le funzionalità della comunicazione attraverso il web; - rivedere il proprio approccio e stile comunicativo per adattarsi a modalità e target nuovi. <p>L'approccio ai nuovi media, tuttavia, dovrà avvenire secondo un format di comunicazione online univoco, al fine di rendere omogeneo ed efficace l'approccio alla comunicazione istituzionale adottato dall'Ente.</p> <p>A tal fine, emerge l'esigenza di formare tre diverse figure da impiegarsi nell'ambito dell'attività di comunicazione dell'Ente, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gli operatori dell'Ufficio Stampa, affinché comprendano come poter efficacemente integrare gli strumenti di comunicazione tradizionali
-----------------	--

	<p>con i nuovi media e come comunicare efficacemente con i cittadini le opportunità e le politiche regionali;</p> <ul style="list-style-type: none"> - una rete di comunicatori che possa implementare detto format e rendere omogenea, efficace e coerente la comunicazione dell'Ente verso i cittadini, oltre che strutturare i contenuti secondo un'architettura che prevede tematismi e focus tematici; - una rete di operatori addetti al caricamento dei contenuti, che dovranno operare secondo modalità tecnologiche utilizzate dal nuovo sito regionale. <p>Le suddette figure e le loro reti dovranno costituire una redazione distribuita della comunicazione istituzionale nell'ambito delle strutture regionali.</p> <p>Il lavoro si concentrerà sui seguenti focus tematici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - definizione del contesto, degli obiettivi, dell'assetto organizzativo e delle finalità secondo cui organizzare l'attività di comunicazione dell'ente, tenuto conto delle figure e strutture che vi saranno coinvolte; - nuovi linguaggi, tecniche di scrittura ed enucleazione di nuovi approcci, metodologie e stili comunicativi; - tecniche per una comunicazione chiara e trasparente attraverso l'utilizzo dei nuovi strumenti e delle loro funzionalità; - conoscenza degli aspetti normativi rilevanti, poiché negli ultimi anni una normativa piuttosto articolata ha riordinato la disciplina degli obblighi di pubblicità e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni, nella quale la trasparenza è intesa come accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione e l'attività delle pubbliche amministrazioni, allo scopo di favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche (D.Lgs.33/2013, Codice Amministrazione Digitale, D.Lgs. 196/03 in tema di tutela della privacy, accessibilità informatica L. 4/2004, adempimenti anticorruzione L. 190 del 6/11/2012. D.Lgs. n. 150/2009 sui contenuti minimi da pubblicare sui siti web istituzionali, direttiva ministeriale del 26/11/2009 sulla riduzione dei siti web della PA e sul miglioramento delle informazioni online, linee guida del garante della Privacy 2/3/2011, etc.). Inoltre, l'utilizzo sempre più frequente dei social network per la comunicazione istituzionale rende necessario comprendere con chiarezza i limiti ed i confini della tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore; - implementazione del format univoco di comunicazione online da parte della rete dei comunicatori; - individuazione di limiti, vincoli e opportunità di utilizzo degli strumenti di comunicazione (soprattutto web) e lancio dei team di lavoro distribuiti. <p>Il corso si inserisce nel quadro degli obiettivi di governo dell'Ente in tema di razionalizzazione dei siti Internet della Regione, in funzione di una più efficace, comprensibile e trasparente comunicazione al cittadino e in vista di una più efficace gestione strumentale e tecnica della comunicazione al cittadino (portali, siti, coordinamento di stili e linguaggi, etc.).</p>
--	--

	<p>Esso mira, infine, a uniformare lo stile di comunicazione istituzionale organizzando i contenuti in maniera trasparente rispetto alle esigenze informative del cittadino.</p>
<p>OBIETTIVI SPECIFICI</p>	<p>L'intervento formativo prevede quattro obiettivi specifici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adeguare e aggiornare le competenze degli addetti dell'ufficio stampa alle nuove tecniche di comunicazione con particolare riguardo ai nuovi media. • Adeguare ed aggiornare le competenze degli addetti all'ufficio stampa e dei comunicatori in tema di comunicazione attraverso il web, approfondendo aspetti normativi e stili comunicativi ad essa connessi. • Formare i comunicatori in merito al format univoco di comunicazione online, così come individuati e definiti nel Piano delle Performance, al fine di renderli consapevoli del proprio ruolo di coordinamento rispetto ai tematismi ed ai focus nell'ambito di ciascun tematismo. • Formare gli addetti al caricamento dei contenuti, sulle modalità organizzative ed operative del nuovo assetto della comunicazione regionale. <p>Per raggiungere tali obiettivi il percorso sarà strutturato in 4 azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Azione 0, centrata sulla definizione degli obiettivi della comunicazione, sull'individuazione dell'assetto organizzativo, delle finalità e delle modalità di lavoro degli addetti alla comunicazione; – Azione 1, centrata sulle tecniche e le tecnologie della comunicazione; – Azione 2, centrata sulla comunicazione per il web e su aspetti normativi ad essa connessi; – Azione 3, centrata sull'attivazione della rete dei comunicatori e sulla formazione degli operatori del caricamento.
<p>CONTENUTI</p>	<p>Azione 0):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definizione del contesto di comunicazione, dell'approccio e degli obiettivi della comunicazione, nonché dei servizi e delle informazioni che dovranno essere erogati dal sito web regionale. • Individuazione degli assetti organizzativi e delle figure coinvolte nell'attività di comunicazione. Architettura del sito regionale ed armonizzazione dello stile di comunicazione. <p>Destinatari: ufficio stampa, comunicatori, addetti al caricamento.</p> <p>Azione 1):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulo su "Tecniche, stili e linguaggi per una comunicazione efficace": • scenari della comunicazione istituzionale contemporanea; • tecniche di scrittura dell'informazione e della comunicazione istituzionale;

	<ul style="list-style-type: none"> • la comunicazione radio e tv; • la comunicazione web e social • linguaggio e tecniche per l'utilizzo efficace dei social network per la comunicazione istituzionale della PA. • sperimentazione delle tecniche in particolari ambiti individuati dal Piano di comunicazione <p>Destinatari: Ufficio stampa (n.6 destinatari)</p> <p>Azione 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulo “comunicazione e web”: • Efficace presenza e comunicazione su web. • Tagging, word cloud e motori di ricerca. • Strumenti di social networking e Web 2.0 (opportunità e cautele). • Utilizzo dei sistemi di front-end regionali, Internet ed Intranet <p>Destinatari: ufficio stampa e rete dei comunicatori</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulo normativo con approccio ancorato all'attività degli addetti all'Ufficio Stampa dell'Ente e ai comunicatori: • Responsabilità ed obblighi di pubblicazione ai sensi della normativa sulla trasparenza amministrativa, adempimenti anticorruzione, pubblicità e diritto alla conoscibilità, qualità delle informazioni e contenuti minimi, etc. • Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore. • Accessibilità dei siti web (ai sensi della L. 4/2004 e s.m.i.) e conformità ai requisiti normativi vigenti (di cui al DM 20/03/2013). • Codice Amministrazione Digitale (DLgs 7 marzo 2005 n. 82 e s.m.i.) con riferimento ai rapporti con il cittadino mediati da strumenti di front-end. • Open data • Semplificazione dell'attività amministrativa • Privacy, trattamento dati, diritto all'oblio, accesso civico, etc. <p>Destinatari: Ufficio stampa + comunicatori</p> <p>Azione 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formazione della rete dei comunicatori sulle modalità di implementazione del format di comunicazione unico. Definizione dei limiti, dei vincoli e delle opportunità di utilizzo degli strumenti di comunicazione. Lancio dei team di lavoro per tematismi. <p>Destinatari: comunicatori e addetti al caricamento dei contenuti.</p>
<p>OUTPUT VERIFICABILI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Linee guida per l'applicazione del format di comunicazione online unico per l'Ente, finalizzato a realizzare una comunicazione istituzionale ai cittadini efficace, informativa e di impatto immediato.

STRUTTURA E DURATA	Durata: n.8 gg di cui: - 1 dedicata all'azione 0; - 4 dedicate alle azioni 1 e 2; - 3 dedicate all'azione 3;
PROVA DI ACCERTAMENTO	Elaborati per ciascun gruppo di lavoro, distinti in base al percorso formativo seguito.

5- COORDINAMENTO DELLA COMUNICAZIONE

5.1 COORDINAMENTO

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

5.2 DIRETTIVE E PIANO DELLA PERFORMANCE

Direttive:

In base alla nuova strutturazione del portale internet della regione Marche di cui al successivo paragrafo 4.3, si prevede la riorganizzazione dell'Ufficio Comunicazione, includendo una nuova rete dei referenti della Comunicazione, individuati dal Comitato di direzione.

A questo proposito è stata emanata la direttiva "Disposizioni relative alla comunicazione dell'Ente" (ID 9525611, 9525603, 9525597, 9525395, 9525584, 9525585, 9525584, 9525577 del 17/02/2016).

In base a tale direttiva, per quanto riguarda la gestione del sito Internet, ciascuna struttura deve:

- individuare un referente della comunicazione secondo quanto verrà indicato dalle strutture che si occupano di questo aspetto;
- verificare che i focus siano aggiornati, esaustivi, chiari ed efficaci rispetto alla strategia in atto;
- collaborare nella migrazione dei contenuti e dei focus individuati nel nuovo sito e nella fase transitoria garantirne il perfetto aggiornamento e riallineamento verso eventuali siti esterni;
- inserire le informazioni utilizzando gli appositi strumenti centralizzati (intranet Point e sistemi redazionali del nuovo sito) e, per ogni bando, opportunità per il territorio, news, evento, aggiungere la classificazione per tema, al fine di poter semplificare l'accesso alle informazioni agli stakeholder della regione.

La medesima direttiva dà attuazione alle disposizioni espresse dalla giunta regionale nella seduta n° 36 del 25/01/2016 in tema di uniformità della comunicazione dell'Ente: le attività di comunicazione specifiche dei singoli servizi, comprese quelle finanziate con fondi comunitari (fondi Fesr, Fse, Psr e fondi di progetti europei), dovranno essere comprese all'interno del Piano di Comunicazione per l'anno 2016, e dovranno essere esplicitate in appositi piani di comunicazione di settore, inviate al Segretario generale e dal medesimo preventivamente approvate.

Piano della Performance:

Per la prima volta, inoltre, la razionalizzazione in ottica unitaria della comunicazione online è obiettivo della funzione politica, ricompresa nella strategia più ampia di favorire la massima trasparenza per consentire, senza alcuna forma di discriminazione, di cogliere tutte le opportunità che l'amministrazione rende disponibili. Per tale motivo, per la prima volta, su indicazione del segretario generale vengono inseriti nel piano della performance obiettivi specifici:

UNIFORMARE LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE E DI INFORMAZIONE ONLINE NEL SITO ISTITUZIONALE

Tutte le Strutture di vertice: Gabinetto del Presidente, Segreteria Generale e Servizi

Indicatore: Media del raggiungimento degli obiettivi di secondo livello

Target: 100%

Utilizzo dei nuovi sistemi a supporto della comunicazione trasparente ed efficace

Tutte le Posizioni di Funzione, Progetto e Staff

Indicatore: % di bandi inseriti nel Sistema Bandi Trasparenti rispetto al totale dei relativi atti adottati.

Target: 90%

Indicatore: % di "Opportunità per il territorio" segnalate rispetto al totale dei relativi atti adottati.

Target: 60%

Individuazione dei focus tematici e relativo aggiornamento su sito istituzionale

Tutte le Posizioni di Funzione, Progetto e Staff

Indicatore: indicazione del focus tematico di appartenenza e contenuti da inserire

Target: fatto entro il 31 marzo 2016

Indicatore: implementazione ed aggiornamento

Target: fatto entro il 31 dicembre 2016

5.3 NUOVO PORTALE WEB DELLA REGIONE MARCHE (scheda a cura della P.F. Sistemi informativi e telematici)

L'azione principale, che si pone alla base dell'intero Piano di comunicazione regionale per l'anno 2016, è 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 verranno 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 infatti è richiesta la nomina di un responsabile della comunicazione, che dovrà riferire all'ufficio di coordinamento del capo di gabinetto e la cui attività dovrà coordinarsi con quella di tutti gli altri settori.

L'attività di uniformazione della comunicazione digitale è stata attuata attraverso due azioni specifiche:

- Riprogettazione del sito istituzionale dal punto di vista grafico e strutturale, con l'individuazione dei temi di interesse del territorio ed i loro ulteriori focus di dettaglio, di cui vengono individuati anche quelli prioritari.
- Integrazione di tutti i sistemi internet ed intranet a supporto della comunicazione trasparente ed efficace, al fine di categorizzare e ricondurre ai temi di interesse le principali unità informative pubblicabili sul sito istituzionale (i bandi, gli appalti, le opportunità per il territorio, le news e gli eventi, i comunicati stampa, etc.).

Il portale è stato così suddiviso in tre sottosezioni principali, che corrispondono ad altrettante possibilità di navigazione:

- 2 **"In primo piano"**, sezione che ha anche funzione di home page, organizzata come contenitore di notizie, declinate sia dal punto di vista dell'informazione giornalistica (rivista on line, comunicati stampa, rassegna stampa, contenuti veicolati verso i social media), sia dal punto di vista delle news e degli eventi destinati direttamente al cittadino, sia con particolare riferimento alle opportunità per il territorio (bandi, concorsi, ecc.)
- 3 **"Regione Utile"**, una scheda riassuntiva contenente 18 temi di interesse, declinati in focus di dettaglio.
Il tema è un'aggregazione informativa omogenea, un canale tematico di riferimento che raccoglie e permette la condivisione di contenuti di approfondimento, attraverso parole chiave o frasi sintetiche relative al tema trattato. Tali approfondimenti rappresentano i focus prioritari, strumenti veloci che rendono dinamica e facilmente fruibile l'informazione specifica di interesse.
I focus, in quanto fonte informativa di accesso ai contenuti più rilevanti, devono essere sempre aggiornati, attuali e ben catalogati, in modo da risultare subito visibili e comprensibili per l'utente. Il loro contenuto informativo, a regime, non dovrà essere duplicato dagli eventuali siti di settore, ma trasferito in pagine web contenute nello stesso sito istituzionale, per sfruttare al meglio le potenzialità del motore di ricerca integrato. Per ciascun focus verrà creata una pagina dedicata (e se necessario ulteriori sottopagine o una declinazione per TAB dei contenuti associati) contenente anche approfondimenti normativi o di altra natura, nominativi e recapiti di contatto, etc..
Oltre ai focus, il tema raccoglie e presenta anche i servizi on line tematici offerti al cittadino o all'utente finale, dei quali si evidenzia anche se contengono modulistica, se sono disponibili solo previa

autenticazione, se costituiscono interfacce di accesso ad un sistema informativo più complesso. Per servizio online si intende una soluzione pubblicata online che migliora e semplifica la procedura amministrativa, ottimizzando il tempo di risposta alle richieste degli utenti.

Ciascun tema è anche caratterizzato da un'ulteriore sezione completa dedicata, raggiungibile dal link presente sul titolo. Tale sezione tematica presenterà, in forma di menu verticale, tutti i focus (compresi quelli non prioritari che dunque non appaiono nella pagina principale di Regione Utile, nonostante costituiscano materie di intervento e di competenza regionale). La sezione viene arricchita dinamicamente dai contenuti dei bandi, delle opportunità per il territorio, dalle news, dagli eventi, dai comunicati e qualunque altra informazione inserita nel sistema opportunamente caratterizzata dal tag tematico di riferimento.

Il valore aggiunto della metafora di comunicazione tema-focus è la possibilità di offrire informazioni selezionate in un unico luogo, che sebbene reperite da fonti diverse, creano un archivio sempre attuale del sapere specifico.

▪ **Temi e focus**

Agenda Digitale

Agenda digitale Marche e Crescita digitale
Cittadinanza digitale
Infrastrutture telematiche digital divide
banda larga e ultralarga
Open data
Pagamenti e fatturazione elettronica
Polo di conservazione regionale
Sanità elettronica
Sistema statistico regionale
Smart education e competenze digitali
Standard di riferimento per la
realizzazione di sistemi informativi e
telematici della Giunta regionale

Agricoltura, Sviluppo Rurale e Pesca

Agricoltura biologica
Agricoltura sociale
Agriturismo
Agroenergie
Aiuti di stato
Apicoltura
ASSAM
Caccia e Pesca Acque Interne
Carburante agricolo
Condizionalità - PAC
Demanio marittimo
Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la
Pesca
Foreste
Pappafish
Pesca
Prodotti di Qualità e Certificazione
Prodotti fitosanitari
Progetti Europei Pesca
Programma di Sviluppo Rurale - PSR
Programmazione Regionale Pesca

Ambiente

Aree ad elevato rischio di crisi ambientale -
AERCA
ARPAM
Biodiversità e rete ecologica
Controlli ambientali

Educazione ambientale
Industrie a rischio
Inquinamento acustico
Natura 2000
Parchi e Riserve naturali
Rifiuti
Siti contaminati
Turismo Sostenibile
Tutela animali da affezione
Tutela della qualità dell'aria
Tutela delle acque
Valutazioni e autorizzazioni ambientali
(VIA AIA)
Vivi Marche: sentieri e natura

Attività Produttive

Adempimenti per lo svolgimento
dell'attività di libero Professionista
Artigianato tipico e di eccellenza
Associazioni
Attività estrattive
Carburanti
Commercio in sede fissa
Commercio su aree pubbliche
Consumatori
Credito e finanza
Fiere, Mostre ed esposizioni
Imprese
Internazionalizzazione
Attrazione investimenti
Ricerca e innovazione
Semplificazione e Sportelli unici attività
produttive
Formazione professionale
Lavoro

Cultura

Beni librari e biblioteche
Catalogo beni culturali
Progetti culturali
Attività artistiche
Eventi e manifestazioni
Luoghi della cultura
Cinema

Distretto culturale evoluto
Spettacolo
Musei

Edilizia e Lavori Pubblici

Assegnazione alloggi pubblici
Barriere Architettoniche
Contratti pubblici
Edilizia residenziale pubblica e privata
Edilizia scolastica
Fondo sostegno affitti
Normativa tecnica
Norme, Regolamenti e Provvedimenti
Osservatorio sulla condizione abitativa
Prezziario regionale lavori pubblici
Programmi Housing Sociale
Stazione Unica Appaltante
Studi e Ricerche

Energia

Attestati prestazione energetica
Autorizzazioni energetiche
Impianti termici
Piano energetico

Enti Locali e Pubblica Amministrazione

Cooperazione decentrata e relazione con gli enti locali

Europa ed Estero

Cooperazione allo sviluppo e solidarietà internazionale
Cooperazione territoriale europea CTE
FESR e FSE
Macroregione adriatico-ionica
Marchigiani nel mondo
Politica di coesione e fondi europei
Politiche comunitarie
Programmi fondi strutturali e di investimento UE
Ufficio di Bruxelles

Finanze

Conti pubblici territoriali
Fondo Sviluppo e Coesione FSC
Marche + 20
Tasse auto e tributi

Infrastrutture e Trasporti

Mobilità e trasporti
Porti
Trasporti pubblici locali

Istruzione, Formazione e Diritto allo studio

Accreditamento delle strutture formative
Alta formazione
Anagrafe regionale studenti
Decreto Legislativo 626/94 e succ. modifiche: RSPP e ASPP
Diritto allo studio
FORM.I.CA. - Catalogo Regionale dell'offerta formativa a domanda individuale

IFTS - Istruzione e Formazione Tecnica Superiore
Istruzione e formazione professionale
ITS - Istituti Tecnici Superiori
Le scuole nelle Marche
Orientamento
Precari della scuola
Programmi e progetti comunitari
Proposta di legge regionale sull'istruzione e la formazione
Scuola Regionale di formazione della PA
Sezioni primavera
Sistema dell'istruzione

Lavoro e Formazione professionale

Ammortizzatori sociali in deroga
Azioni di politica attiva
Certificazione competenze e Libretto formativo
Collocamento mirato
Eures Marche
Formazione per disoccupati
Formazione per occupati
Garanzia Giovani
Immigrazione
Osservatorio regionale mercato del lavoro
RSI - Responsabilità Sociale d'Impresa (Progetto I.Re.M.)
Servizi per l'impiego pubblici e privati

Paesaggio, Territorio, Urbanistica

Cartografia regionale
Difesa del suolo e autorità di bacino
Difesa della costa
Governo del territorio
Paesaggio
Urbanistica

Protezione Civile e Sicurezza

Centro Funzionale Multirischi
Dipartimento Protezione Civile e Sicurezza Locale
Idrogeologia
Incendi Boschivi
Logistica e Pronto Intervento
Meteo
Pianificazione
Progetti e Pubblicazioni
Provvedimenti ed Atti della Protezione Civile
Rischio Sanitario ed Antropico
Sala Operativa Unificata Permanente
Terremoti
Volontariato

Salute

Prevenzione e sicurezza ambienti del lavoro
Epidemie
Attività funebre
Farmacie
Medicina dello sport
Orario medici ed ambulatori
Accreditamento delle strutture sanitarie

Autorizzazione delle strutture sanitarie
 Trasporto sanitario
 Veterinaria
 Rilevazione tempi di attesa delle prestazioni sanitarie specialistiche e ospedaliere
 URP e Aziende sanitarie e ospedaliere regionali
 Piano sanitario triennale
 Agenzia sanitaria unica regionale

Sociale

Adozioni
 Aggregazione e protagonismo giovanile
 Anziani
 Bambini e adolescenti
 Barriere Architettoniche
 Carcere
 Centri Antiviolenza- Case di Accoglienza
 Cittadinanza attiva e cultura della legalità
 Consigliera Regionale di parità
 Contrasto alla violenza di genere
 Detenuti
 Dipendenze patologiche
 Disabili
 Disabilità
 Discriminazioni
 Famiglie
 Fondo sostegno affitti
 Forum permanente contro le molestie e la violenza di genere

Giovani
 Immigrati
 Immigrazione
 Inclusione sociale
 Integrazione
 Integrazione sociosanitaria
 Network informagiovani
 Non autosufficienti
 Pari opportunità
 Partecipazione e volontariato
 Piano Sociale
 Politiche degli anziani
 Politiche dell'infanzia e dei giovani
 Povertà
 Progetto "Maternità Come Opportunità"
 Prostituzione e tratta di esseri umani
 Rete dei servizi sociali
 Servizi sociali
 Servizio civile
 Sostegno alla famiglia
 Strutture sociali
 Terzo settore

Turismo, Sport, Tempo Libero

Demanio marittimo
 Imprese turistiche e Agenzie di viaggio
 Osservatorio del turismo
 Promocommercializzazione
 Sport
 Temi vacanza
 Turismo

- 4 **“Entra in Regione”** infine permette di accedere ai contenuti di natura più istituzionale. Verranno presentati Il Presidente e la Giunta, l’Assemblea legislativa, l’organigramma delle strutture regionali e saranno pubblicate tutte le risorse utili prodotte per finalità di informazione e trasparenza amministrativa (atti, BUR, avvisi, concorsi, programmazione regionale, etc.) sebbene alcuni di questi contenuti appaiano già anche nelle altre sezioni (regione utile o in primo piano).

Il portale inoltre presenta, in alto a destra, i link di accesso a quei contenuti obbligatori per legge o comunque consigliati dalle linee guida della comunicazione pubblica (principalmente la sezione “amministrazione trasparente” dedicata alla trasparenza amministrativa ed agli adempimenti per la prevenzione della corruzione, e la sezione “come fare per”, che presenta i singoli procedimenti gestiti dall’ente per mezzo del sistema ProcediMarche).

Presenta invece, in alto a sinistra, la possibilità di accedere ai contenuti informativi sfruttando le funzionalità avanzate del nuovo motore di ricerca interno del sito.

6- STRUMENTI INFORMATIVI PER L'ENTE

6.1 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.

Il servizio è da quest'anno gestito in modo congiunto tra consiglio e giunta regionale, per ottenere un risultato di economia di scala, coniugato con la qualità e la completezza dell'informazione.

6.2 Rassegna stampa quotidiana

E' in fase di preparazione la procedura di assegnazione di un nuovo servizio di rassegna stampa, che sarà gestito da un provider esterno e fornirà i seguenti servizi, fruibili dalla Intranet:

ARGOMENTI

- 1) Prime pagine;
- 2) Presidenza giunta e consiglio;
- 3) Assessori regionali;
- 4) Consiglieri regionali;
- 5) Viabilità – trasporti;
- 6) Ambiente /energia;
- 7) Welfare, Lavoro;
- 8) Istruzione /Formazione;
- 9) Turismo;
- 10) Cultura
- 11) Comunicazione/Informazione;
- 12) Sicurezza
- 13) Finanze
- 14) Sanità
- 15) Politica

TIPOLOGIE MEDIA

- Rassegna stampa;
- Rassegna web;
- Rassegna TV;
- Rassegna radio;
- Agenzie

ELENCO MEDIA

- **Testate provinciali**
- 1) Corriere Adriatico Ancona;
- 2) Corriere Adriatico Ascoli Piceno;
- 3) Corriere Adriatico Fermo;
- 4) Corriere Adriatico Macerata;
- 5) Corriere Adriatico Pesaro;
- 6) Il Resto del Carlino Ancona;
- 7) Il Resto del Carlino Ascoli Piceno;
- 8) Il Resto del Carlino Fermo;
- 9) Il Resto del Carlino Macerata;
- 10) Il Resto del Carlino – Pesaro;
- 11) Il Messaggero Ancona;
- 12) Il Messaggero Ascoli;
- 12) Il Messaggero Pesaro;
- 13) Il Messaggero Marche

- **Testate nazionali**

- 1) Avvenire;
- 2) Corriere della Sera;
- 3) Il Fatto quotidiano;
- 4) Il Foglio;
- 5) Italia Oggi;
- 6) Libero;
- 7) Il Manifesto;
- 8) Il Messaggero nazionale;
- 9) Il Carlino nazionale;
- 10) La Repubblica;
- 11) Il Sole 24 ore;
- 12) La Stampa;
- 13) Il Tempo;
- 14) L'Unità';
- 15) Il Giornale

- **Periodici regionali**

- 1) L'Azione;
- 2) Presenza;
- 3) L'Appennino Camerte;
- 4) L'Urlo;
- 5) Il Nuovo Amico;
- 6) Jesi e la sua valle;
- 7) La Voce Misena;
- 8) Regioni & Ambiente;
- 9) Adriaeco
- 10) La Voce delle Marche,
- 11) L'Ancora;
- 12) Mondo del Lavoro;
- 13) La Provincia;
- 14) La Vita picena;
- 15) Why Marche;
- 16) Voce della Vallesina
- 17) Il Metauro

WEB

- 1) Vivere;
- 2) Pesaro 24;
- 3) Riviera oggi;
- 4) Cronache Maceratesi;
- 5) Ancona today;
- 6) Corriere Adriatico;
- 7) Messaggero;
- 8) Carlino;
- 9) Repubblica.it
- 10) Fano Informa
- 11) Recanati oggi
- 12) Oltre Fano

TV

- 1) Rai3;
- 2) TV Centro Marche;
- 3) Tele2000 Urbino;
- 4) Canale Marche;
- 5) TVRS;
- 6) Video Tolentino;
- 7) Quinta rete;
- 8) Teleadriatica 7gold
- 9) Fano Tv

Radio

- 1) Gruppo Radio Arancia Network
- 2) Radio Veronica
- 3) Radio Subasio;
- 4) Radio Ascoli
- 5) Radio Macerata;
- 6) radio Fermo Uno;
- 7) radio Cuore;
- 8) Radio Linea;
- 9) Radio Fano Uno
- 10 Radio Esmeralda
- 11) Prima rete

Agenzie di informazione

- 1) Ansa;
- 2) Dire;

Gli articoli saranno catalogati e quindi rintracciabili per parola chiave, testata, titolo, data, autore, argomento. Saranno inoltre disponibili in pdf scaricabile e raccolti in un apposito archivio.

La rassegna sarà visibile da dispositivo fisso e mobile e sarà disponibile entro le ore 8.30, compresi sabato, domenica e giorni festivi.

7- MEDIA

La copertura media prevede il coinvolgimento costante delle principali testate locali cartacee, web, radio e tv, il rilancio sistematico delle notizie sui social network istituzionali con linguaggi e strategie appropriate al tipo di social, nonché il coinvolgimento di testate nazionali generaliste e di settore per tutti i contenuti relativi alla cultura e al turismo e per argomenti di rilevanza nazionale eventualmente trattati nel corso dell'anno.

8- 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, Fears e dei progetti europei attivati.

***Una comunicazione collaborativa
è una comunicazione rivolta al futuro e alla soluzione, piuttosto che al problema,
e per questo permette di aumentare
il benessere personale e l'energia complessiva del sistema (cit.)***

