



## Bollettino ufficiale della Regione Puglia n. 80 del 23/06/2014

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 27 maggio 2014, n. 1060

Attività di Comunicazione Istituzionale per l'anno 2014.

Il Presidente, sulla base dell'istruttoria espletata dal responsabile della P.O. "Comunicazione Interna e Segreteria tecnico-amministrativa" del Servizio Comunicazione Istituzionale, dalla dirigente dell'Ufficio relazioni con il Pubblico e confermata dalla Dirigente ad interim dello stesso Servizio, riferisce quanto segue:

la Giunta regionale con propria deliberazione n. 1643 del 17.09.2013 nell'approvare il Piano di Comunicazione Istituzionale per l'anno 2013, ha dettato anche le "Linee guida di indirizzo per le attività di comunicazione istituzionale dei settori della Regione Puglia" comprendenti gli obiettivi da perseguire e le strategie da porre in essere;

in particolare la deliberazione ha previsto i seguenti obiettivi strategici:

- rafforzare l'immagine univoca della Regione Puglia per trasmettere ai cittadini, agli operatori e alle Amministrazioni un'immagine integrata ed omogenea facilmente riconoscibile e per ottenere una maggiore fruizione delle informazioni, delle comunicazioni e delle policy regionali attraverso il rafforzamento del sistema unitario di identità visiva, attraverso l'adozione di una immagine e di una simbologia uniforme e riconoscibile (azione di corporate identity), attraverso la definizione di una strategia globale e coordinata delle azioni con gli altri Servizi ed Enti regionali;
- organizzare ed assicurare il coordinamento delle fonti di informazione esistenti a livello regionale per garantire sia una migliore informazione e comunicazione delle attività all'esterno e all'interno dell'Amministrazione sia una partecipazione più attiva dei cittadini alle scelte dell'istituzione attraverso l'ottimizzazione ed il potenziamento dei canali d'interazione già utilizzati per la comunicazione interna, attraverso un sistema integrato di reti e di sportelli (fisici o virtuali) destinati al pubblico (URP e Centro di Contatto);
- investire in comunicazione a sostegno della promozione della Puglia, delle sue policy e del territorio sulla base di un approccio di partecipazione integrata attraverso l'organizzazione di campagne di comunicazione e di eventi di rilevanza regionale, la realizzazione della campagna di comunicazione sul Bilancio Sociale, la partecipazione alle più significative manifestazioni fieristiche presenti sul territorio nazionale ed internazionale;
- valorizzare le risorse umane attraverso percorsi formativi per una migliore e più efficace comunicazione interna ed esterna, facilitando lo scambio di best practice per i servizi forniti al cittadino attraverso attivazione di percorsi formativi interni, l'organizzazione di un Forum della Comunicazione Pubblica e Istituzionale, sulla base dell'esperienza pregressa e di grande successo di pubblico e di critica del Public Camp.
- Realizzare ricerche e analisi di mercato di tipo qualitativo e quantitativo, al fine di operare una

riorganizzazione del sistema di comunicazione e di monitoraggio dell'immagine dell'Amministrazione Regionale, in termini di valori, contenuti e linguaggi, dei suoi brand principali e delle azioni di comunicazione istituzionale, sviluppando un sistema di ricerche di marketing e di elaborazione e previsione di tendenze di consumo e comunicazione in termini di marketing territoriale.

Nel corso del 2013 le attività realizzate, in ottemperanza agli obiettivi previsti, sono state:

- l'aggiornamento del Centro media regionale che, a seguito di avviso pubblico reso noto attraverso il BURP, ha consentito a numerose testate giornalistiche di iscriversi o aggiornare la propria iscrizione al fine di partecipare alla veicolazione della Campagne di Comunicazione della Regione;
- il potenziamento del Centro Media Regionale con l'inserimento delle Agenzia di stampa che hanno permesso di attivare convenzioni con le principali agenzie italiane riducendo drasticamente i costi rispetto agli anni precedenti;
- l'organizzazione della partecipazione della Regione Puglia alle manifestazioni fieristiche più rilevanti in tema di Comunicazione quali il "Forum della Comunicazione Digitale" svoltosi a Milano; il "Forum P.A." svoltosi a Roma, il "Forum della Comunicazione" svoltosi a Roma, "Notte rosa 2013", evento in tre tappe in altrettante città pugliesi, "Fiera del Levante", "Battiti live 2013", evento itinerante, "Anci Expo 2013" svoltosi a Bologna, "Smart cities exhibition", svoltosi a Bologna, "JOB&Orienta", svoltosi a Verona;
- la collaborazione fornita a vari Servizi regionali in tema di predisposizione di campagne di comunicazione;
- la razionalizzazione dell'immagine coordinata della Regione Puglia con l'affidamento, a seguito di gara d'appalto, alla società Studio 9 del restyling di tutto il materiale di comunicazione della Regione dalla carta intestata al sito web approvata con DGR 1905 del 15/10/2013;
- l'istituzione del cosiddetto "Parco Progetti Regionale" e delle relative procedure per l'acquisizione dei progetti che, attraverso la costituzione della Cabina di regia interservizi, ha permesso di selezionare ben 32 progetti finanziati con i Fondi Europei, alcune dei quali già attivati;
- il progetto di razionalizzazione del sito istituzionale ePuglia 2.0 con l'obiettivo di attuare una revisione tecnico-funzionale-organizzativa dell'attuale sito istituzionale regionale al fine di rendere disponibile al Servizio Comunicazione Istituzionale una piattaforma hardware/software in grado di migliorare la gestione attuale dei processi di comunicazione ed informazione.
- l'implementazione di una Rete destinata agli operatori della Comunicazione Istituzionale che, con l'ausilio della Rete delle Antenne Europe Direct, include gli URP, gli Informagiovani e i diversi operatori che operano in tale ambito a livello regionale; obiettivo di tale iniziativa è quello di contribuire a creare una comunicazione di qualità e ad elevato contenuto informativo in grado di aumentare la conoscenza degli ambiti e delle modalità di intervento del FSE e dei fondi strutturali europei nell'intera popolazione pugliese. Si segnala inoltre la Rete dei nodi, il piano per il lavoro e il progetto NIDI, nuove iniziative d'impresa.

Alla luce di quanto sopra riportato, quindi, si rende opportuno confermare e implementare gli interventi previsti dalla citata DGR 1643/2013 in un'ottica di continuo miglioramento e innovazione dei processi attivati.

#### Premessa

Alla base della pianificazione delle iniziative di comunicazione vi sono essenzialmente due criteri:

- la visione strategica: ogni campagna è inserita in un contesto complessivo e organico;
- lo sviluppo strategico pluriennale delle iniziative: la comunicazione procede per approfondimenti e finalizzazioni successive ed è duratura nel tempo.

Sono individuati 3 ambiti di attività:

- l'identità istituzionale;

- la comunicazione istituzionale;
- la comunicazione sociale;

#### L'identità istituzionale

L'identità istituzionale è l'insieme programmato di messaggi visivi e non mediante i quali il cittadino può riconoscere l'istituzione e che può essere usato per rappresentarla o simboleggiarla. L'identità, intesa come lo sforzo di rendere riconoscibili con continuità i comportamenti e i linguaggi dell'istituzione, risulta un vero e proprio mezzo per comunicare.

L'identità istituzionale ha la missione di mettere in luce l'anima dell'ente, la sua storia di ieri, di oggi e, per quanto possibile, le proiezioni verso il futuro.

In quest'ottica, essa non va intesa come qualcosa di immutabile da sancire con un manuale ma come un elemento dinamico che muta insieme all'organizzazione stessa e insieme alle trasformazioni esterne che, in un processo continuo, intervengono a modificare anche le attitudini e i comportamenti dell'Istituzione.

Elemento base è la diffusione del nuovo manuale di identità visiva e delle relative modalità di utilizzo.

#### La comunicazione istituzionale

L'ambito ha come obiettivi:

- diffondere la missione e il posizionamento della Puglia, evidenziando in tutti gli ambiti interessati a iniziative di comunicazione, l'aspetto della fusione di tradizione e innovazione, la capacità di progettare, la creatività e l'essere una regione dinamica e all'avanguardia, con la qualità della vita come contesto imprescindibile;
- informare l'utenza delle opportunità e dei servizi disponibili, promuovendo il ruolo attivo del singolo interlocutore nella costruzione di un miglior contesto sociale e di vita.

#### La comunicazione sociale e di sensibilizzazione

L'obiettivo dell'ambito sociale e di sensibilizzazione è lo scambio e la condivisione di informazioni di pubblica utilità, lo stimolo attraverso messaggi concettuali e culturali di stadi di riflessione e la costruzione di idonee condizioni di vita, evidenziando comportamenti per il raggiungimento di un maggior benessere comune secondo una logica di interesse generale e collettivo.

Vengono privilegiate iniziative strettamente connesse con l'attivazione di interventi strutturali sul territorio.

Linea di Intervento n. 1 - Ottimizzazione e potenziamento del Centro Media Regionale, nuova Istituzione del Parco progetti

Tale Linea d'intervento si sviluppa secondo tre macro-interventi:

##### a) Aggiornamento del Centro Media

Il Centro Media Regionale viene rimodulato nella parte che attiene ai criteri di riparto per le emittenti televisive, per allineare tali criteri alle nuove metodologie scaturenti dal passaggio al digitale terrestre. Nello specifico si rileva e si adotta quanto stabilito dall'AGCOM, considerando che la nuova ordinazione dei canali sul telecomando della Tv digitale terrestre è stata approvata da Agcom fissando i criteri della LCN. In merito a tali criteri per l'assegnazione dei numeri alle emittenti locali, l'Autorità, in considerazione delle previsioni di legge e delle osservazioni formulate dal Consiglio di Stato, ha individuato i seguenti indicatori:

- Qualità della programmazione, valutata in base ai piani editoriali degli ultimi cinque anni e al numero di dipendenti impiegati in modo continuativo;
- Preferenze degli utenti e radicamento sul territorio, valutati in base agli indici di ascolto, alla storicità e al grado di copertura del canale.

Con proprio atto la dirigente del Servizio Comunicazione Istituzionale darà corso all'aggiornamento dell'anagrafica e del centro media.

#### b) Informatizzazione del Centro Media Regionale

Il Centro Media Regionale (CMR), inteso come strumento operativo e analitico della condizione dei Media regionali e nazionali, riveste un'importanza altamente strategica nel quadro generale di tutte le attività di comunicazione della Regione Puglia. Al fine di automatizzare le procedure di gestione anagrafica dei media, iscrizione e aggiornamento degli stessi, elaborazione della distribuzione delle risorse da destinare alle campagne di comunicazione e generazione di reportistica analitica, si intende rendere tale strumento sempre più evoluto, con l'ausilio di sistemi informatici, volti alla realizzazione di una infrastruttura intranet e internet da cui poter gestire tutte le predette procedure.

Di conseguenza, si individuano tre fasi operative:

- Fase 1: Analisi dei fabbisogni ed elaborazione del progetto operativo;
- Fase 2: Attuazione e realizzazione del sistema web informatico;
- Fase 3: Beta testing del software e rilascio programmato.

Tale intervento sarà realizzato nell'ambito dei processi di razionalizzazione e rifunzionalizzazione dei portali regionali.

#### c) Parco progetti di informazione istituzionale attraverso i media

Attivazione di progetti a disposizione della Giunta Regionale della Puglia per la programmazione delle risorse finanziarie regionali e aggiuntive nazionali e comunitarie, per le politiche di coesione e sviluppo 2007-2013, secondo le modalità definite dalla citata deliberazione di Giunta Regionale e che qui si riportano:

I progetti finanziabili dal Parco Progetti del Centro Media sono:

- format televisivi o radiofonici tematici, coerenti con le policy di governo;
- speciali su carta stampa o sul web;
- progetti su canali innovativi o internet, sistema web e reti video outdoor.

Alla pubblicazione dell'Avviso per l'acquisizione dei progetti provvederà la dirigente del Servizio Comunicazione Istituzionale con proprio atto.

La valutazione delle proposte progettuali è affidata al Servizio Comunicazione Istituzionale, sentito il parere attraverso la Cabina di Regia interservizi - del Servizio titolare della competenza.

La Cabina di Regia interservizi effettuerà per ciascun progetto, ai fini dell'ammissibilità, valutazioni relative a:

- a) valenza strategica comunicativa e di impatto sul target;
- b) sostenibilità tecnico-amministrativa.

#### Linea di Intervento n. 2 - Informazione, comunicazione e monitoraggio

Tale linea di intervento prevede la realizzazione di iniziative di comunicazione istituzionale della Regione Puglia quali la partecipazione a fiere, l'organizzazione di eventi, il potenziamento dei canali di comunicazione dell'amministrazione regionale in osservanza delle disposizioni normative e programmatiche in materia, che saranno attivate tramite procedure di evidenza pubblica.

In particolare sono programmati i seguenti interventi:

- ottimizzazione e potenziamento dei canali d'interazione già utilizzati per la comunicazione interna, per facilitare ed accelerare il flusso delle informazioni tra il centro ed il territorio;
- miglioramento della comunicazione, attraverso un sistema integrato di reti e di sportelli (fisici o virtuali) destinati al pubblico (URP e Centro di Contatto);
- ottimizzazione della qualità e della quantità dei servizi on-line per i cittadini, in particolare del sito web

istituzionale e della rete degli altri siti istituzionali;

- ottimizzazione della tv fruibile dal web (web tv);

- organizzazione di campagne di comunicazione e di eventi di rilevanza regionale, importante veicolo per l'informazione, per la promozione, per consolidare i rapporti con il territorio, con i cittadini e per incentivare la fruizione dei servizi;

- maggiore visibilità delle attività attraverso i media;

- sinergie operative con gli altri Servizi, gli altri Enti Locali e le associazioni rappresentative.

Al fine di pianificare correttamente gli interventi di comunicazione, con nota prot. AOO\_142/ 0000032 del 9 gennaio 2014, si è proceduto ad invitare i Servizi regionali a segnalare le eventuali azioni di comunicazione previste per l'anno in corso.

Inoltre, per l'anno 2014, con lo scopo di operare una razionalizzazione dei costi in materia di comunicazione istituzionale si prevede di generare un sistema di output in grado di produrre un manuale di istruzioni per la realizzazione di campagne di comunicazione, un laboratorio sperimentale di monitoraggio per l'analisi dei trend e dei processi di risultato, la realizzazione e stampa di manuali operativi e attivare ricerche di mercato di tipo qualitativo e quantitativo al fine di alimentare un patrimonio informativo in grado di fornire un contributo al processo di comunicazione decisionale, strategico ed operativo della Regione Puglia.

A tale linea di intervento sarà data attuazione attraverso procedure di evidenza pubblica per l'individuazione di idoneo supporto tecnico allo sviluppo delle attività.

Linea di Intervento n. 3 - Partecipazione ad eventi e fiere

L'attività di comunicazione si manifesta anche attraverso la partecipazione e/o l'organizzazione di eventi di portata locale, nazionale e internazionale. La Regione Puglia, nell'ottica di massimizzare tali processi, prevede di:

- organizzare la presenza della Regione Puglia agli eventi in materia di Comunicazione più importanti sia regionali che nazionali.

- partecipare alle più significative manifestazioni fieristiche presenti sul territorio nazionale ed internazionale volte a sensibilizzare, attraverso progetti innovativi, un pubblico differenziato e di settore e a creare un importante momento di incontro tra le realtà territoriali, gli enti locali, i settori delle imprese ed il privato;

A tale linea di intervento, per iniziative coerenti, si potrà dare altresì attivazione attraverso le risorse dei fondi strutturali con riferimento ai piani di comunicazione FESR e FSE.

COPERTURA FINANZIARIA L.r. 16.11.2001, n. 28 e s.m.i.

Il presente provvedimento comporta una spesa di euro 350.000,00 a carico del cap. 1450 "Spese per l'attività di Comunicazione pubblica Legge 150/2000 e DPR 422/2001" del bilancio regionale del 2014. Al relativo impegno deve provvedere la Dirigente del Servizio Comunicazione Istituzionale, con atto dirigenziale da assumersi entro il corrente esercizio finanziario.

Il presente provvedimento è di competenza della Giunta regionale ai sensi dell'art. 4, comma 4, lett. a), della L.R. n. 7/97.

Il Presidente relatore, sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, propone alla Giunta l'adozione del seguente atto finale.

LA GIUNTA

Udita la relazione e la conseguente proposta del Presidente.

Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento dal responsabile della P.O.

“Comunicazione Interna e Segreteria tecnico-amministrativa” del Servizio Comunicazione Istituzionale dalla dirigente dell’Ufficio relazioni con il Pubblico e dalla Dirigente dello stesso Servizio.

A voti unanimi espressi nei modi di legge.

#### DELIBERA

- Di prendere atto delle premesse che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.
- Di realizzare le attività specificate in premessa e che qui si intendono riportate.
- Di delegare la Dirigente del Servizio Comunicazione Istituzionale a ripartire tra le Linee di intervento indicate in premessa le risorse assegnate a questo Servizio dalla L.R. 30 dicembre 2013, n. 46: “Bilancio di previsione per l’esercizio finanziario 2014 e pluriennale 2014-2016 della Regione Puglia”, anche all’esito dell’attività di ricognizione di cui in premessa.
- Di dare mandato alla Dirigente del Servizio Comunicazione Istituzionale di porre in essere tutti gli atti necessari alla puntuale attuazione del presente provvedimento compreso l’impegno delle somme necessarie che dovrà essere assunto entro il corrente esercizio finanziario.
- Di disporre la pubblicazione del presente provvedimento sul BURP.

Il Segretario della Giunta Il Presidente della Giunta  
Avv. Davide F. Pellegrino Dott. Nichi Vendola

---