



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

DELIBERAZIONE N. 16/7 DEL 5.05.2021

Oggetto: Piano di Comunicazione triennio 2021-2023 e Piano Comunicazione social.

Il Presidente ricorda che con la deliberazione n. 47/5 del 24 settembre 2020 la Giunta regionale ha approvato il Piano di comunicazione 2020 e avviato la pianificazione pluriennale 2020-2022, dando mandato al Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione generale della Presidenza di porre in essere le attività previste nel documento.

Il Presidente, nel precisare che, in base all'art. 117 della Costituzione, l'ordinamento della comunicazione è materia a legislazione concorrente, richiama i principali riferimenti normativi che governano la funzione di comunicazione istituzionale, rinvenibili nelle leggi nazionali e regionali. Tra queste, la legge n. 150 del 2000, che disciplina le attività quali "l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, stampa, audiovisivi, e strumenti telematici" e "la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alla collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica e organizzativa", e la pluralità di fonti normative tese ad attuare i principi di trasparenza, di cui al D.Lgs. n. 33/2013 e ss. mm.ii., di partecipazione di cui alla legge n. 241/1990 e ss.mm.ii., e le disposizioni in materia di cittadinanza digitale e digitalizzazione della pubblica amministrazione contenute nel D.Lgs. n. 82 /2005.

Nell'ambito della legislazione regionale i principali riferimenti sono contenuti nella L.R. n. 22 del 1998 e ss.mm.ii., e in particolare nell'art. 28, comma 1, che individua le finalità della comunicazione istituzionale:

- a) promuovere l'immagine e le attività della Regione;
- b) far conoscere ai cittadini il funzionamento e le modalità di accesso ai servizi pubblici;
- c) sensibilizzare i cittadini su argomenti specifici di comportamento civico, sociale ed economico;
- d) informare su atti di particolare importanza per i quali non siano sufficienti le forme ordinarie di pubblicazione.

L'art. 29 della stessa legge, inoltre, prevede l'approvazione di un Piano di comunicazione che deve contemplare le azioni di pubblicità e promozione istituzionale.

In ottemperanza al summenzionato dettato normativo, il Presidente ricorda che la funzione di comunicazione è incardinata nella Presidenza, cui compete, ai sensi della legge regionale n. 1 del 7



gennaio 1977, assicurare l'unità di indirizzo politico e amministrativo della Regione e che, in coerenza con tali finalità, la gestione della comunicazione debba avvenire in maniera accentrata, attraverso una pianificazione coordinata e omogenea nell'ambito del Sistema Regione, in grado di assicurare il perseguimento dei principi di trasparenza, imparzialità e buon andamento, nonché del diritto-dovere all'informazione.

Il Presidente, richiamate le disposizioni normative vigenti in materia, e rappresentata l'importanza di strutturare la comunicazione a supporto dell'azione di Governo e dell'amministrazione regionale, propone di adottare l'aggiornamento del Piano di comunicazione per il triennio 2021-2023, strutturato in forma aperta per accompagnare il corso della legislatura.

Al riguardo, il Presidente evidenzia che l'elaborazione del Piano di Comunicazione 2021-2023 è frutto di una fase propedeutica di raccolta del fabbisogno informativo all'interno del Sistema Regione, con invito rivolto a tutte le Direzioni generali e Uffici di Gabinetto, con le note del Direttore generale della Presidenza prot. 940 del 22.1.2021 e 3352 del 25.2.2021, a voler segnalare gli interventi strategici di maggiore impatto sulla collettività, meritevoli di azioni di comunicazione mirate. Ispirato alle Dichiarazioni programmatiche del Presidente, in coerenza con il Programma Regionale di Sviluppo 2020-2024 intitolato "L'Identità che si costruisce nel fare per creare valore e sviluppo sostenibile per i Sardi e la Sardegna" di cui alla Delib.G.R. n. 9/15 del 5.3.2020, il Piano è stato costruito intorno a una narrazione fortemente identitaria, che poggia su tre pilastri comunicativi: MÈRES, SANOS e MANNOS, la cui finalità è fornire una chiave di lettura immediata alle azioni di comunicazione inserendole in percorsi coerenti e facilmente riconoscibili.

Tutte le proposte inviate dalle diverse strutture del Sistema Regione, trovano dunque una collocazione strategica nell'ambito di ciascun pilastro comunicativo, con l'intento di generare una narrazione omogenea e unitaria, capace di svilupparsi anche in modo flessibile in funzione delle esigenze contingenti che possono emergere nel corso del triennio.

In considerazione della situazione di crisi generata dalla diffusione del Covid-19 e delle conseguenze sul piano sanitario, economico e sociale che impegnano fortemente la Regione con misure a favore della collettività, il Piano ha incluso precise azioni di comunicazione mirate a veicolare i valori di solidarietà, di unitarietà del popolo sardo e rafforzare il rapporto di fiducia con le istituzioni regionali.

In quest'ottica rientra la comunicazione di tutte le misure poste in essere per garantire un sostegno a famiglie, imprese, lavoratori e a tutti i soggetti colpiti dalla crisi.



Prevale quindi la scelta di una narrazione in cui la Sardegna è protagonista di un modello di gestione dell'emergenza, improntato alla sicurezza dei suoi cittadini e dei visitatori.

In tale contesto assume particolare rilievo la necessità di gestire l'accentuato sovraccarico informativo e i rischi di disinformazione che rendono centrale il ruolo delle istituzioni quali fonti autorevoli e quindi attendibili di informazione. Il Piano rappresenta dunque uno strumento fondamentale per una comunicazione costante, capillare e multicanale, capace di garantire il diritto al cittadino di essere informato.

Il Presidente evidenzia che, alla luce di quanto sopra riportato, il Piano necessita di un costante aggiornamento che da un lato tenga conto dello scenario in rapida evoluzione che caratterizza questo particolare momento storico, dall'altro, sia in grado di restituire a cittadini e portatori di interesse un quadro informativo completo e costantemente aggiornato sulle attività e le azioni messe in atto dalla Giunta in attuazione dei propri programmi.

Il Piano inoltre, contempera le esigenze di comunicazione in ambito regionale con le finalità di promozione istituzionale, da attuarsi in ambito nazionale e internazionale, per rafforzare l'immagine e la reputazione della Sardegna e il suo posizionamento mediatico in Italia e nel mondo.

Il Presidente sottolinea come quest'ultima esigenza sia strettamente funzionale alla divulgazione delle misure sancite nelle ordinanze in materia di contenimento della crisi epidemiologica, con particolare riferimento alle regole che disciplinano l'ingresso nell'Isola attraverso il sistema "Sardegna Sicura", affinché vengano correttamente veicolate attraverso azioni di comunicazioni capillari, nei luoghi di maggiore affluenza di pubblico delle principali città italiane quali le grandi stazioni, e in ambito digitale, per raggiungere il pubblico nazionale ed estero.

Il Presidente riferisce che tutte le azioni del Piano incardinate nei tre macro temi MÈRES, SANOS e MANNOS, sono supportate da una vasta serie di strumenti tradizionali (materiali stampati, prodotti editoriali, ecc.) e digitali (portale istituzionale, siti tematici, canali social, banner web), secondo una logica multimediale in grado di modulare la diffusione e di ampliarla in funzione dell'importanza dei messaggi comunicativi e delle categorie di pubblico da raggiungere.

In questo quadro rivestono particolare importanza i canali social che, pur mantenendo la loro complementarietà rispetto agli strumenti web istituzionali, sono da considerarsi mezzi imprescindibili nella diffusione su larga scala perché capaci di veicolare informazioni in tempo reale e in modo capillare. Il rafforzamento della presenza della Regione sulle diverse piattaforme social favorisce dunque una migliore prestazione degli obiettivi di comunicazione, funzionale anche a migliorare la



percezione sull'erogazione dei servizi e sulle opportunità rivolte a cittadini e imprese, e l'immagine istituzionale.

A questo riguardo il Presidente ricorda che, a seguito dell'insediamento dell'attuale esecutivo regionale, anche la gestione dei canali social ha avuto un nuovo impulso, per dare una veste più evoluta e in sintonia con le tendenze nella società alla comunicazione istituzionale digitale. In particolare, la pagina Facebook, anche per effetto della crisi pandemica che ha amplificato il fabbisogno informativo da parte delle persone, ha avuto un'impennata del numero di follower e di interazioni, con un incremento rispettivamente del 35% e di oltre il 50%. Inoltre, sono stati aperti i canali Instagram e LinkedIn, potenziando dunque la presenza su due ulteriori piattaforme, che si rivolgono a pubblici differenti e che permettono di veicolare i messaggi e i prodotti di comunicazioni in modo diversificato e mirato.

Per gestire in modo strutturato la comunicazione social della Regione, il Presidente propone di adottare un apposito Piano che delinei la strategia della presenza della RAS sui canali attualmente attivi e di prossima attivazione, e approvi le regole editoriali rivolte al team redazionale insieme alle regole comportamentali rivolte agli utenti (social media policy esterna) e ai dipendenti dell'amministrazione rispetto alle piattaforme in uso (social media policy interna).

Il Piano di Comunicazione social parte da un'analisi della relazione tra le Pubbliche amministrazioni e cittadini attraverso i social media per individuare le modalità di gestione ottimale degli stessi rispetto agli obiettivi di comunicazione e alle peculiarità di ciascuno strumento.

Il Presidente ricorda che l'attuazione del Piano di Comunicazione 2021-2023 e del Piano di Comunicazione social è affidata alla Direzione generale della Presidenza, Servizio Comunicazione istituzionale, in collaborazione con l'Ufficio Stampa.

La Giunta regionale, udita la proposta del Presidente, visto il parere favorevole di legittimità del Direttore generale della Presidenza

DELIBERA

- di approvare il Piano di Comunicazione 2021-2023, allegato alla presente deliberazione;
- di approvare il Piano di Comunicazione social, allegato alla presente deliberazione;
- di dare mandato al Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione generale della Presidenza di porre in essere le attività di comunicazione previste nel Piano;



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

DELIBERAZIONE N. 16/7
DEL 5.05.2021

- di dare atto che la spesa relativa al Piano trova copertura sul capitolo SC01.0446, missione 01 “Servizi istituzionali, generali e di gestione”, programma 01, CDR 00.01.01.16.

Letto, confermato e sottoscritto.

p. Il Direttore Generale

Loredana Veramessa

Il Presidente

Christian Solinas