



Presidenza

# PIANO DI COMUNICAZIONE

2021 - 2023

MERES, SANOS e MANNOS

Orizzonte Sardegna

*Orizzonte Sardinia*



# SOMMARIO

<b>PREMESSA</b> .....	3
<b>1. SCENARIO</b> .....	4
<b>2. STRATEGIA</b> .....	5
<b>3. OBIETTIVI</b> .....	7
<b>4. DESTINATARI</b> .....	8
<b>5. STRUMENTI</b> .....	9
<b>6. AZIONI</b> .....	10
1. MÈRES .....	10
2. SANOS .....	12
3. MANNOS .....	14
<b>7. QUADRO SINOTTICO DELLE AZIONI</b> .....	16
<b>8. PROGETTI STRATEGICI</b> .....	19
<b>8. ATTUAZIONE</b> .....	21

## PREMESSA

Il “Piano di Comunicazione 2021-2023” costituisce il principale strumento di programmazione delle azioni di comunicazione della Regione Autonoma della Sardegna nel triennio di riferimento.

Il Piano è in linea con le **Dichiarazioni programmatiche** espresse dal Presidente in Consiglio Regionale l'8 maggio 2019 e con il **Programma Regionale di Sviluppo 2020-2024** “L'Identità che si costruisce nel fare per creare valore e sviluppo sostenibile per i Sardi e la Sardegna” (approvato con DGR n. 9/15 del 5.03.2020), contenente le strategie e gli obiettivi generali e specifici che, nel periodo dell'intera legislatura, si intendono perseguire per lo sviluppo economico e sociale della Sardegna.

Il filo conduttore di entrambi i documenti è rappresentato dal concetto di **“identità e unitarietà sarda”**, in cui trovano “sintesi i simboli più autentici della nostra identità di Popolo, i valori fondanti e riconosciuti di una comunità antica, il vissuto di una nazione”.

La disciplina nazionale (Legge 7 giugno 2000 n. 150 recante la “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”) e regionale (l.r. 3 luglio 1998 n. 22 e ss.mm. ii contenente “Interventi della regione a sostegno dell'editoria locale, dell'informazione e disciplina della pubblicità istituzionale”) in materia di comunicazione pubblica prevede che il Piano accompagni l'azione di governo e di gestione.

La comunicazione è, infatti, funzionale alla corretta rappresentazione all'esterno delle azioni realizzate dalle amministrazioni. Consente alle amministrazioni di **“rendere conto” ai cittadini dell'operato** svolto nell'intento di rafforzare il rapporto di fiducia degli stessi con le istituzioni.

Si intende creare in tal modo una continuità tra azione amministrativa e agire comunicativo, per consentire la corretta percezione da parte del pubblico del valore delle azioni svolte e soddisfare il diritto dei cittadini a essere informati.

Questa proposta di Piano mira a realizzare detto obiettivo incentrando l'attività di comunicazione sulle strategie di **maggiore impatto sulla collettività**.

Le finalità verranno perseguite attraverso una comunicazione costante e multicanale che utilizzerà tutte le opportunità offerte dalle tecnologie della comunicazione e dell'informazione, senza trascurare i mezzi analogici tradizionali.

Il Piano 2021-2023 costituisce un aggiornamento della programmazione pluriennale, aperta e flessibile, soggetta a un adeguamento costante sulla base delle esigenze di comunicazione che emergeranno nel corso del triennio, rilevate dalla Presidenza o dalle altre strutture del Sistema Regione.

## 1. SCENARIO

La pandemia da Covid-19 ha generato una grave crisi sanitaria con notevoli conseguenze sul piano economico e sociale anche in Sardegna. Il Governo Regionale si è quindi trovato ad affrontare **l'emergenza sanitaria** e le conseguenti difficoltà che hanno investito diversi settori produttivi. Per contrastare la crisi economica e sanitaria la Regione ha messo in campo un complesso di strumenti straordinari finalizzati ad una **“ripartenza”** del sistema produttivo in condizioni di sicurezza.

Inoltre, il periodo di isolamento e le nuove regole del vivere sociale imposte dall'emergenza hanno determinato nella collettività la crescita dell'importanza dei valori primari ma anche il diffondersi della paura del futuro, ritenuto non più sicuro, né sotto il profilo sanitario, né sotto quello economico.

La comunicazione istituzionale, incentrata sulla valorizzazione di una forte identità, **sulla promozione e rappresentazione delle azioni e interventi** realizzati dalla Regione, oggi più che mai, deve quindi sostanziarsi in un racconto rassicurante, capace di trasmettere fiducia nelle istituzioni e nel futuro della comunità.

Si è, nel contempo, consolidata la familiarità con le tecnologie per la comunicazione e l'informazione, che ha rivoluzionato i processi comunicativi tra la Pubblica amministrazione e cittadini.

Da ultimo, in questo scenario, per realizzare una **buona comunicazione**, diventa strategico rafforzare le occasioni di partecipazione e di interazione con la società civile e i protagonisti dei settori economici e sociali.



## 2. STRATEGIA

La strategia di comunicazione punta a individuare sempre il **messaggio giusto da collegare alle singole azioni** del Piano.

La strategia comunicativa delineata all'interno del Piano, in coerenza con le Dichiarazioni programmatiche del Presidente e il Programma Regionale di Sviluppo 2020-2024, si sostanzia, essenzialmente, nella diffusione, attraverso i media e i social, dei **valori identitari della Sardegna e dei programmi e delle attività realizzati dalla Regione.**

Rilevante spazio viene dato agli **asset competitivi** della nostra regione quali le tradizioni, la cultura, l'archeologia, la bellezza del territorio, la longevità dei suoi abitanti, la crescita digitale.

La strategia comunicativa è articolata in una pluralità di azioni volte, complessivamente, al raggiungimento di obiettivi specifici. Tutte le azioni possono ricondursi a tre macro temi - uniti tra loro dal filo conduttore dell'identità - che costituiscono i pilastri della strategia comunicativa: **MÈRES, SANOS e MANNOS.**



La strategia comunicativa sarà caratterizzata da:

**Continuità:** la comunicazione sarà costante e continuativa, per non generare vuoti informativi;

**Territorialità:** la Regione comunica nei territori in modo capillare e omogeneo, rivolgendo una particolare attenzione alle aree interne, per superare il gap informativo tra centro e periferia;

**Multicanalità:** verranno utilizzati tutti gli strumenti di comunicazione sia digitali che tradizionali, scelti sulla base dell'azione di comunicazione;

**Pluralità:** sarà coinvolto tutto il sistema dell'informazione e della comunicazione della Sardegna nel rispetto dei principi sul pluralismo informativo;

**Innovazione:** verranno innovati gli strumenti e le modalità di comunicazione per rispondere al fabbisogno informativo di una collettività sempre più avvezza all'uso delle tecnologie digitali;

**Internazionalizzazione:** miglioramento del posizionamento strategico della Regione Sardegna nello scenario globale;

**Omogeneità:** verrà resa omogenea l'azione comunicativa della Regione operando un raccordo tra le azioni e i piani di comunicazioni gestiti dalle strutture del sistema Regione, con particolare riguardo ai Piani di comunicazione dei POR dei fondi europei.



### 3. OBIETTIVI

La strategia comunicativa e, conseguentemente, le sue azioni, in conformità anche alle finalità di cui alla l.r. n. 22/98, sono volte al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

**1. Accrescere la fiducia nell'istituzione Regione:** potenziare la percezione positiva dell'operato del Governo e dell'Amministrazione regionale attraverso una corretta rappresentazione delle attività programmate, in corso di attuazione e realizzate.

**2. Raggiungere tutti i sardi:** la comunicazione regionale è necessario arrivi a tutti i cittadini, che vivono in Sardegna o fuori dall'Isola, e a tutte le categorie di destinatari (imprese, associazioni ecc.); la Regione comunicherà nei territori in modo capillare e omogeneo, rivolgendo una particolare attenzione alle aree interne, per superare il gap informativo tra centro e periferia.

**3. Promuovere l'immagine della Sardegna:** rafforzare l'immagine della nostra Isola sia in Italia che all'estero migliorando il posizionamento mediatico nazionale ed internazionale.

**4. Amplificare l'azione comunicativa:** creazione di una rete di moltiplicatori dell'informazione, istituzionali e privati, regionali e locali, per rendere la comunicazione più capillare.



## 4. DESTINATARI



**Cittadini:** la collettività destinataria delle politiche regionali, sardi che vivono in Sardegna e fuori dall'Isola, persone residenti nella nostra regione

Tra questi possono individuarsi alcune categorie destinatarie di specifiche misure:

**Giovani:** ai giovani sono abitualmente rivolte le opportunità di formazione e di lavoro.

**Imprese:** alle imprese sono indirizzate misure di sostegno all'attività per lo sviluppo dell'economia.

**Associazioni:** le associazioni non profit, in ragione della loro natura, sono destinatarie di contributi per il sostenimento dei costi relativi alla loro attività.

L'azione di comunicazione della Regione si rivolge anche alle **Istituzioni pubbliche e private** presenti nel territorio e, in particolare, ai **Comuni** che operano sovente da moltiplicatori dell'informazione.

Inoltre, nell'ottica di rafforzare il posizionamento della Regione nei media nazionali ed internazionali, dovrà essere data grande attenzione anche ai **cittadini delle altre regioni italiane e dei paesi esteri.**

## 5. STRUMENTI

Per dare risalto alle azioni e raggiungere il più ampio pubblico verrà adottata una **logica multicanale**, scegliendo di volta in volta il medium più adatto per ottenere la massima efficacia nella diffusione e condivisione dei messaggi.

Il primo strumento a disposizione del cittadino è il sito istituzionale che contiene tutto il patrimonio di informazioni e tutte le notizie aggiornate sull'attività della Giunta e dell'Amministrazione.

Partendo dai contenuti presenti nel sito e dagli interventi indicati nel presente Piano, verranno scelti gli strumenti più adatti per veicolare le azioni, alternando il ricorso a **mezzi di comunicazione tradizionale e analogica, con i canali e i supporti di comunicazione digitale**.

Tutte le azioni, inoltre, saranno promosse attraverso i canali istituzionali della RAS, altre saranno destinatarie di campagne mirate con il ricorso a forniture esterne per l'acquisizione di servizi di comunicazione integrata.

### Strumenti tradizionali

- materiale stampato (manifesti, cartellonistica statica e dinamica, locandine, brochure, ecc.)
- editoria (acquisizione spazi pubblicitari su carta stampata)
- spot televisivi
- spot radiofonici

### Strumenti digitali

La comunicazione digitale prevede l'utilizzo di tutti gli strumenti e piattaforme web della Regione, a partire dal sito web istituzionale e dal sistema dei portali tematici, e comprende anche i canali social ufficiali attualmente in uso e di prossima apertura, con l'obiettivo di sfruttare e potenziare al meglio le opportunità offerte dal digitale, nella condivisione di prodotti multimediali.

- Sito web [www.regione.sardegna.it](http://www.regione.sardegna.it)
- Siti tematici
- Canali social attivi ( Facebook, Instagram e LinkedIn)
- Canali social in attivazione (es. YouTube)
- Spazi promozionali su media digitali
- Piattaforme e applicazioni digitali (App Sardegna Sicura, sistema Smart URP)

## 6. AZIONI

Le azioni di comunicazione e i relativi progetti sono riconducibili ai tre **macro-temi** MÈRES, SANOS e MANNOS.

### 1. MÈRES

Il tema comprende le azioni rivolte ad affermare l'identità e i valori autonomistici, per promuovere la cultura della "sardità" in tutte le sue componenti.



**Identità visiva e immagine coordinata:** nel corso del 2021 verranno adottati il nuovo logo istituzionale e il Manuale di identità visiva e immagine coordinata.

**Promozione dell'identità, un'isola unica:** realizzazione di una campagna di comunicazione sulle principali iniziative volte al rafforzamento dell'identità culturale e linguistica della Sardegna. In particolare si prevede di realizzare, anche in collaborazione con altre istituzioni, azioni di comunicazione finalizzati a dare alla lingua sarda la stessa dignità di quella italiana.

**Territori protagonisti per una governance più efficiente:**

azioni di comunicazione per promuovere nei territori la nuova riforma degli enti locali, per accompagnare le fasi di attuazione con interventi mirati a favorire la conoscenza del nuovo assetto amministrativo presso enti e cittadini.

**Patrimonio regionale, bellezza alla collettività:**

azioni mirate per la promozione del Piano per la valorizzazione del Patrimonio regionale, che punta al recupero dei beni di proprietà della Regione, alcuni di pregio storico e architettonico.

**Sostenibilità, muoversi leggeri:**

azioni per promuovere la mobilità sostenibile, partendo dagli interventi sulla rete ciclistica regionale, per lo sviluppo nell'utilizzo della bicicletta soprattutto nei più giovani. Altre azioni di comunicazione riguarderanno gli interventi sulla viabilità e sulla portualità turistica.

**Ambiente, conoscerlo e proteggerlo:**

educazione ambientale e lotta ai cambiamenti climatici, salvaguardia dell'ambiente e campagna antincendi, protezione della fauna marina, e infine percorsi escursionistici e ippovie, saranno destinatari di campagne di sensibilizzazione mirate.

**Sardegna 2030, l'Isola che verrà:**

campagna di comunicazione a supporto degli obiettivi dell'Agenda 2020-2030 per coinvolgere tutte le componenti della società civile e sviluppare buone pratiche.

**L'energia si evolve:**

azioni mirate a far conoscere il Piano energetico ambientale regionale, e gli interventi a sostegno dell'efficientamento energetico e della promozione delle risorse rinnovabili.

**Valore artigiano:**

promozione delle azioni a sostegno dell'artigianato sardo, quali l'avvicendamento generazionale, la certificazione di qualità, l'apprendistato e la trasmissione delle conoscenze, e gli interventi a favore delle imprese colpite dalla crisi.

## 2. SANOS

Il macrotema Sanos pone al centro della comunicazione la salute, quale bene primario da tutelare, in un particolare momento storico caratterizzato dalla grave crisi pandemica.



**Sardi e Vaccinati:** nel corso del 2021 sarà dato ampio spazio alla campagna di vaccinazione per il covid-19, con l'obiettivo di garantire un'informazione estesa a tutti i territori e assicurare la massima adesione della popolazione al programma.

**La Sanità che cambia:** questa azione prevede un'attività di informazione incentrata sugli aspetti della riforma sanitaria di interesse per il cittadino fruitore del servizio. Le tappe della riforma saranno seguite da apposite iniziative di comunicazione calibrate volta per volta sulle novità apportate durante il percorso.

**La Sanità più vicina:** il potenziamento della rete dei servizi sanitari territoriali sarà approfondito attraverso un'informazione puntuale e con la definizione di strumenti e prodotti adeguati ai diversi destinatari.

**Sport e salute nell'Isola del benessere:** lo sport, declinato in diverse attività, si connette con argomenti complementari come il corretto stile di vita partendo anche dall'alimentazione sana e di qualità. Verranno promosse azioni di comunicazione sui servizi attivi e sugli interventi a sostegno della diffusione di una cultura sportiva.

**Politiche sociali, nessuno resta indietro:** azioni di sensibilizzazione sul consolidamento e rafforzamento degli interventi a supporto delle famiglie, assistenza alle persone, in particolare con disabilità e non autosufficienti.

**Un'Isola solidale:** iniziative a supporto della conoscenza delle opportunità e dei finanziamenti per il terzo settore.

**Promozione della parità:** in linea con quanto già realizzato, come l'opuscolo contro la violenza sulle donne e il manifesto contro il bullismo, saranno ideati e diffusi prodotti volti a diffondere la conoscenza della rete antiviolenza e contro le discriminazioni di genere.

**Curare l'ambiente, curare la vita:** azioni di comunicazione sul rispetto del benessere animale e tutela degli ecosistemi anche attraverso la difesa delle api, due azioni fondamentali per garantire la salubrità dell'ambiente e la qualità delle produzioni e della catena agroalimentare.

### 3. MANNOS

Il macrotema Mannos comprende tutte le azioni di comunicazione collegate allo sviluppo della Sardegna, in ambito economico, sociale, tecnologico, territoriale e culturale.



**Promozione istituzionale:** prevista la realizzazione di campagne di comunicazione e promozione istituzionale finalizzate a veicolare, in Italia e all'estero, l'immagine della Sardegna come Isola accogliente e sicura, e migliorare il posizionamento della regione attraverso azioni di divulgazione nei luoghi fisici di maggiore affluenza di pubblico (es. grandi stazioni delle principali città italiane, porti e aeroporti) e in ambito digitale.

**Misure per lo sviluppo, la Sardegna che cresce:** promozione delle iniziative, ordinarie e straordinarie, a sostegno di lavoratori e imprese per il superamento delle difficoltà generate dall'emergenza Covid-19 e la facilitazione della ripresa economica.

**Innovazione, in Sardegna è già futuro:** Progetto Banda Ultralarga, per il superamento del divario digitale, e Progetto Kentos, per la trasmissione dei dati in modo veloce e sicuro, sono tra i principali interventi di innovazione tecnologica che saranno promossi con azioni di comunicazione dedicate. Altre azioni saranno destinate per la promozione del Polo Strategico Regionale e per i Sistemi informativi integrati della Regione con servizi innovativi per la collettività.

**Investiamo nella Ricerca:** è in programma una campagna di comunicazione, che punta a far conoscere le attività svolte da Sardegna Ricerche, con focus dedicati ai principali progetti e ai finanziamenti destinati alla ricerca scientifica e all'innovazione. L'obiettivo è favorire una corretta rappresentazione e percezione da parte della collettività del ruolo di Sardegna Ricerche nella nostra regione.

**Sostegno alle politiche agricole per un'Isola che nutre:** dal Piano di sviluppo rurale, alle nuove tecnologie a supporto dell'agricoltura, dai progetti di ricerca alle app, fino alla razionalizzazione del sistema dei pagamenti: previsti azioni e prodotti dedicati.

**Uffici di prossimità, la giustizia più vicina ai cittadini:** il progetto di creazione degli Uffici di prossimità nei territori della Sardegna che aderiranno al bando per la realizzazione degli sportelli dedicati alla consulenza gratuita sui servizi di volontaria giurisdizione, sarà promosso con azioni di comunicazione specifiche in linea con gli indirizzi ministeriali.

**Formazione e lavoro, pronti al domani:** azioni di comunicazione sugli interventi di formazione professionale e alta formazione, servizio civile universale, programmi contro la dispersione scolastica, consolidamento delle politiche attive del lavoro, promozione dei progetti internazionali, servizi per il lavoro rivolti alle imprese e inclusione sociale.

**Istruzione, il futuro passa da qui:** saranno realizzate azioni a supporto della conoscenza e del diritto allo studio, contro la dispersione scolastica, con particolare attenzione agli studenti con disabilità e non autosufficienza.

**Programma di riqualificazione dell'edilizia abitativa:** nell'ambito dell'edilizia abitativa, grazie ai benefici fiscali introdotti con il "superbonus 110%", sarà possibile coinvolgere le imprese del settore attraverso un programma di partenariato pubblico-privato, di cui sarà data puntuale comunicazione con prodotti mirati.

## 7. QUADRO SINOTTICO DELLE AZIONI

Compatibilmente con le linee strategiche delineate nel Piano di Comunicazione sarà dato spazio al fabbisogno comunicativo espresso dai diversi Assessorati, Direzioni generali, Enti e Agenzie del sistema Regione. Si riporta di seguito il quadro sinottico con le richieste pervenute al Servizio Comunicazione istituzionale che trovano opportuna declinazione nei tre principali macro-temi.

MERES		
STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG PRESIDENZA	<b>Identità viva e immagine coordinata</b>	Manuale di identità viva e immagine coordinata
DG PRESIDENZA	<b>Promozione dell'identità</b>	Valorizzazione dell'identità linguistica e culturale
DG PRESIDENZA DG AMBIENTE	<b>Ambiente, conoscerlo e proteggerlo</b>	Azioni di comunicazione per la campagna antincendio
DG AMBIENTE in collaborazione con le altre DG	<b>Sardegna 2030, l'isola che verrà</b>	Azioni collegate al programma Sardegna2030 - Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile
DG ENTI LOCALI	<b>Territori protagonisti, per una governance più efficiente</b>	Azioni di comunicazione sulla Riforma degli enti locali e nuovo Testo Unico
DG ENTI LOCALI	<b>Patrimonio regionale, bellezza alla collettività</b>	Piano di valorizzazione del patrimonio regionale
FORESTAS		Rete escursionistica, ciclo escursionistica e ippovia della Sardegna (L.R. 16 del 2017)
DG LAVORI PUBBLICI		Miglioramento dell'accessibilità della Sardegna Piano Regionale della Rete della Portualità Turistica Realizzazione della rete ciclistica regionale
DG TRASPORTI	<b>Sostenibilità, muoversi leggeri</b>	Piano Regionale dei trasporti delle persone e delle merci Riforma del trasporto pubblico locale
ERSU CAGLIARI		Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile a favore degli studenti universitari (incentivi biciclette, monopattini e trasporto pubblico)
DG AMBIENTE	<b>Ambiente, conoscerlo e proteggerlo</b>	Adattamento ai cambiamenti climatici. Educazione ambientale e tutela della fauna marina. Promozione politiche forestali
DG TURISMO	<b>Valore Artigiano</b>	Misure a favore delle imprese artigiane per:  -passaggio generazionale -certificazioni di qualità e patentini -Sostegno alle imprese -Incentivi sull'apprendistato

## SANOS

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG SANITÀ	<b>Sardi e Vaccinati</b>	Campagna vaccinale anti-Covid-19
	<b>La Sanità più vicina</b>	Rete di assistenza territoriale Campagna donazione sangue Campagna donazione organi
DG PRESIDENZA	<b>La Sanità che cambia</b>	Le fasi della Riforma Sanitaria
	<b>Sport e salute nell'Isola del benessere</b>	Sensibilizzazione su stile di vita sano
DG POLITICHE SOCIALI	<b>Politiche sociali, nessuno resta indietro</b>	Politiche per la famiglia, assistenza alle persone, non autosufficienza, disabilità
	<b>Un'Isola solidale</b>	Azioni a sostegno del Terzo settore
	<b>Promozione della parità</b>	Pari opportunità, politiche di genere
LAORE	<b>Curare l'ambiente, curare la vita</b>	Benessere animale Interventi di tutela delle api

## MANNOS

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG PRESIDENZA	<b>Promozione istituzionale</b>	Promozione dell'immagine della Sardegna in Italia e all'estero
ASPAL	<b>Misure per lo sviluppo, la Sardegna che cresce</b>	Progetti di inclusione sociale, progetti internazionali, servizi per il lavoro rivolti alle imprese
DG LAVORO E CABINETTO LAVORO		Azioni di sostegno al sistema economico della Sardegna
DG AGRICOLTURA	<b>L'isola che nutre, sostegno alle politiche agricole</b>	Comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale (PSR)
LAORE		App Laore
ARGEA		Razionalizzazione del sistema dei pagamenti
AGRIS		Progetti di ricerca e innovazione in agricoltura
DG INDUSTRIA	<b>L'energia si evolve</b>	Transizione energetica
DG INNOVAZIONE	<b>Innovazione, in Sardegna è già futuro</b>	Progetto Banda Ultralarga e Progetto Kentos  Polo Strategico Regionale  Sistemi informativi integrati
SARDEGNA RICERCHE	<b>Investiamo nella ricerca</b>	Conoscere Sardegna Ricerche e i principali progetti
DG PROGRAMMAZIONE - CRP	<b>Uffici di prossimità, la giustizia più vicina ai cittadini</b>	Campagna di informazione sul bando per l'apertura degli Uffici di prossimità
DG LAVORO E CABINETTO LAVORO	<b>Formazione e lavoro, pronti al domani</b>	Formazione professionale e alta formazione, servizio civile universale, programmi contro la dispersione scolastica, politiche attive del lavoro
DG PUBBLICA ISTRUZIONE	<b>Istruzione, il futuro passa da qui</b>	Promozione delle Politiche scolastiche e avvio dei percorsi ITS Nuove linee guida per l'assistenza agli studenti con disabilità.
ERSU Cagliari		Azioni per il diritto allo studio in ambito sociale, culturale, lavorativo a favore degli studenti universitari.
AREA	<b>Programma di riqualificazione dell'edilizia abitativa</b>	Programma di riqualificazione Edilizia pubblica volta al recupero e all'efficientamento energetico attraverso il sistema di incentivi

## 8. PROGETTI STRATEGICI

**Nuovo sito web istituzionale:** il nuovo sito [www.regione.sardegna.it](http://www.regione.sardegna.it), è in linea con il modello definito dall'Agenzia per l'Italia digitale e realizzato con tecnologie avanzate.

Il design del sito è centrato sugli utenti, attraverso un metodo di progettazione basato sulla user experience, e dispone di una piattaforma evoluta che contiene applicativi di intelligenza artificiale. Verrà messo on line, nella versione beta, entro il mese di aprile 2021 per testare l'usabilità, e consentire la pubblicazione della versione definitiva entro il 2021.

**Piattaforma Sardegna Digital Library (SDL):** progetto di rilancio del patrimonio culturale e identitario e diffusione in ambito digitale. La delibera 7/11 del 26/02/2021 apre un percorso di riscoperta, ampliamento e valorizzazione del contenitore specchio dell'identità sarda. Il potenziale divulgativo e conservativo di Sardegna Digital Library è infatti strettamente correlato alla tecnologia che supporta la piattaforma.

La reingegnerizzazione, necessaria per adeguarsi alle esigenze della società dell'informazione, permetterà una migliore catalogazione, una più semplice fruizione e condivisione dei contenuti multimediali esistenti e quelli di prossima acquisizione atti a raccontare il patrimonio identitario unico della Sardegna.

**Progetto Smart URP:** Nel corso del 2021 verrà ridefinita l'organizzazione della Rete degli Uffici Relazioni con il Pubblico del Sistema Regione, per ridare centralità alle funzioni svolte dagli URP e dotarli di nuovi strumenti per migliorare i rapporti con i cittadini e potenziare gli standard di risposta e di interazione.

La nuova configurazione del ruolo degli URP sarà supportata e rafforzata attraverso un sistema di gestione più agile dei contatti in ambito digitale, con un applicativo che consentirà di gestire le chiamate in VOIP insieme alla messaggistica via e-mail e attraverso i canali social della Regione.

Il Progetto Smart URP permetterà di mettere a sistema le richieste e di gestire in modo coordinato l'attività degli URP e potenzialmente degli sportelli dislocati sul territorio regionale, per una ottimizzazione dei tempi e modalità di risposta alle richieste dei cittadini e una più efficace e misurabile azione di comunicazione sulle attività del Sistema Regione.

**Piano comunicazione social:** allegato al Piano di Comunicazione 2021-2023, il Piano di comunicazione social contiene la strategia social della RAS e le policy interna ed esterna.

Il documento nasce con l'intento di definire una cornice operativa alla comunicazione sui canali social, e strutturare l'attività

definendo indirizzi, obiettivi, strumenti e modalità operative, regole di gestione e di condivisione, con una valenza interna ed esterna.

Il Piano social, in particolare, delinea la presenza della Regione sui social media, prevedendo il potenziamento dei canali attivi (Facebook, Instagram e LinkedIn) e l'attivazione di nuovi canali (es. YouTube).

Tale strategia è affiancata dall'aggiornamento della social media policy con l'inserimento di regole comportamentali e di coinvolgimento dei dipendenti.

**Nuovo BURAS digitale:** il progetto del nuovo Bollettino Ufficiale della Regione Autonoma della Sardegna prevede la realizzazione di una piattaforma con modalità evolute rispetto a quella precedente e modifiche sia nel back end che nel front end.

Sfruttando le nuove tecnologie web, la nuova piattaforma consentirà una fruizione più agile del BURAS sia da parte degli utenti che degli inserzionisti con particolare attenzione all'utilizzo su mobile. Il nuovo Bollettino sarà messo on line una volta conclusa la sperimentazione.

**Assistenza tecnica specialistica per la comunicazione multimediale:** Il progetto prevede l'acquisizione di un supporto specialistico per la realizzazione e veicolazione, nei media tradizionali e digitali e nei social, di prodotti di comunicazione.

In particolare il servizio dovrà garantire un supporto nella definizione e realizzazione di una strategia di comunicazione digitale finalizzata a potenziare la presenza della Regione sulle piattaforme web e social, la produzione e diffusione di prodotti di comunicazione e servizi tailor made, il supporto nello sviluppo del Piano di comunicazione annuale e pluriennale.

L'assistenza tecnica specialistica verrà acquisita nel rispetto del codice degli appalti (D.lgs. n.50/2016).

**Riordino della disciplina regionale in materia di comunicazione e promozione istituzionale:** il progetto prevede la redazione di un disegno di legge di riforma organica della materia, coerente con il quadro normativo nazionale, che superi le contraddizioni dell'attuale impianto normativo regionale (in particolare la l. r. n.22/1998).

## 9. ATTUAZIONE

L'attuazione del Piano trova copertura finanziaria nel capitolo di spesa SC.01.0446 Missione 01 "Servizi istituzionali, generali e di gestione" Programma 01 "CDR 00.01.01.16 del Servizio Comunicazione istituzionale.

La programmazione della spesa del Piano per le azioni che prevede la veicolazione di prodotti comunicativi attraverso il sistema di informazione locale rispetta il criterio del pluralismo informativo.

Le azioni riportate sono integrate dalla ricognizione effettuata dal Servizio Comunicazione istituzionale che ha richiesto a tutte le strutture del sistema Regione di segnalare attività e iniziative che necessitano di comunicazione specifica.

La successiva programmazione delle azioni comunicative verrà delineata ed aggiornata a seguito della definizione del fabbisogno comunicativo delle diverse strutture della Regione.

Alcune azioni saranno finanziate direttamente attraverso le risorse provenienti dalle diverse strutture che potranno avviare le relative procedure di gara per la realizzazione di campagne e iniziative in accordo con il Servizio Comunicazione istituzionale.

L'attuazione del Piano, inoltre, prevede sia la realizzazione di prodotti e campagne elaborati e sviluppati internamente dal Servizio Comunicazione istituzionale con la collaborazione delle strutture del Sistema Regione interessate dalle azioni, che la produzione di campagne e prodotti commissionati a fornitori esterni. La scelta tra produzione interna ed esterna è affidata a una valutazione da parte del Servizio Comunicazione istituzionale, sentite le strutture interessate, sulla base della rilevanza e dell'impatto delle azioni da comunicare.

La programmazione delle azioni di comunicazione sarà strettamente connessa alle tempistiche di attuazione degli interventi segnalati dalle strutture del Sistema Regione.