

REGIONE EMILIA-ROMAGNA
Atti amministrativi
GIUNTA REGIONALE

Delibera Num. 1056 del 24/08/2020

Seduta Num. 33

Questo lunedì 24 **del mese di** agosto
dell' anno 2020 **si è riunita in** video conferenza

la Giunta regionale con l'intervento dei Signori:

1) Bonaccini Stefano	Presidente
2) Calvano Paolo	Assessore
3) Colla Vincenzo	Assessore
4) Corsini Andrea	Assessore
5) Donini Raffaele	Assessore
6) Felicori Mauro	Assessore
7) Lori Barbara	Assessore
8) Mammi Alessio	Assessore
9) Priolo Irene	Assessore
10) Salomoni Paola	Assessore

Funge da Segretario l'Assessore: Corsini Andrea

Proposta: GPG/2020/1083 del 29/07/2020

Struttura proponente: AGENZIA DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE
GABINETTO DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA

Assessorato proponente: PRESIDENZA DELLA GIUNTA REGIONALE

Oggetto: PIANO DI COMUNICAZIONE 2020 - L.R. N. 11/2017, E S.M.I., ART. 9

Iter di approvazione previsto: Delibera ordinaria

Responsabile del procedimento: Giuseppe Pace

LA GIUNTA DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Richiamato l'art 14 dello Statuto regionale, che stabilisce che *“l'attività della Regione si ispira al principio di massima trasparenza e circolazione delle informazioni, anche al fine di garantire ai cittadini e ai residenti una effettiva partecipazione. La Regione riconosce, favorisce e promuove il diritto dei residenti singoli o associati all'informazione sull'attività politica, legislativa ed amministrativa regionale”*;

Viste:

- la legge 7 giugno 2000, n. 150, *'Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni'* e la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 (c.d. *'Direttiva Frattini'*), che forniscono gli indirizzi per il coordinamento, l'organizzazione e il monitoraggio delle strutture e degli strumenti per lo sviluppo di una coerente politica di comunicazione da parte delle Amministrazioni pubbliche;

- la legge regionale 23 giugno 2017, n. 11, e s.m.i., *'Sostegno all'editoria locale'* e in particolare l'art. 9 *'Comunicazione istituzionale'*, che definisce obiettivi, contenuti e strumenti dell'attività di comunicazione istituzionale della Regione;

Considerato che:

- l'obiettivo della comunicazione istituzionale è quello di informare i cittadini e l'intera società regionale sull'attività istituzionale della Regione al fine di promuovere la conoscenza dell'attività legislativa, amministrativa e di programmazione della Regione, di migliorare la conoscenza e l'accesso ai servizi pubblici, di aumentare l'efficacia degli interventi regionali nei diversi ambiti di intervento: tutela della salute, governo del territorio e tutela dell'ambiente, servizi sociali, tutela e sicurezza del lavoro, istruzione e formazione, ricerca scientifica e tecnologica, tutela e valorizzazione dei beni culturali, ambientali e paesaggistici;

- l'attività di comunicazione contribuisce alla promozione di cultura dell'amministrazione pubblica orientata al risultato e al servizio al cittadino, è un incentivo alla semplificazione dei processi e alla cooperazione fra le diverse strutture regionali per il perseguimento di obiettivi di efficacia ed efficienza dell'azione amministrativa;

- un sistema integrato di comunicazione deve essere patrimonio comune a tutte le strutture regionali, che devono condividerne gli obiettivi e partecipare alla sua costruzione e al suo sviluppo, collaborando alla definizione di linguaggi e strumenti condivisi, riconoscibili e comprensibili per tutti

- informazione e comunicazione rappresentano quindi un elemento fondamentale nel determinare la quota di partecipazione, interazione, crescita e sviluppo generata dalla Regione a beneficio di tutte le componenti della società regionale, nelle sue diverse articolazioni, territoriali, sociali ed economiche.

Dato atto che il 9 giugno 2020 è stato presentato all'Assemblea legislativa regionale il *'Programma di mandato 2020-2025'*, nel quale sono delineati gli obiettivi strategici dell'azione del governo regionale nei prossimi anni, una vera e propria ricostruzione post-Covid, necessaria per preservare e rilanciare i tratti distintivi del sistema territoriale regionale in termini di dinamismo economico e coesione sociale;

Ritenuto opportuno procedere all'approvazione di un '**Piano di comunicazione**' riferito a tutte le strutture regionali, in cui siano individuate le linee per lo sviluppo della comunicazione per la fase di avvio del mandato (anni 2020 e 2021) e siano altresì definite le strategie, gli strumenti di riferimento e le priorità nella programmazione delle iniziative nei limiti delle risorse individuate dalle leggi di bilancio;

Viste

- la legge regionale 10 dicembre 2019, n. 30 "*Disposizioni per la formazione del Bilancio di previsione 2020-2022 (Legge di Stabilità regionale 2020)*";

- la legge regionale 10 dicembre 2019, n. 31 "*Bilancio di previsione della regione Emilia-Romagna 2020-2022*";

- la propria deliberazione n. 2386/2019 "*Approvazione del documento tecnico di accompagnamento e del bilancio finanziario gestionale di previsione della Regione Emilia-Romagna 2020- 2022*";

Richiamata la propria deliberazione n. 750/2020, che specifica la natura giuridica, le finalità, l'ambito di intervento e le modalità di funzionamento dell'Agenzia di informazione e comunicazione, stabilendo, tra l'altro, che sono di competenza della stessa Agenzia le attività di:

- a) cura dei rapporti con i mezzi di informazione per tutti gli organi regionali (Presidente, Giunta, Assessori);
- b) produzione e diffusione delle informazioni sulle attività realizzate dalla Regione Emilia-Romagna, nelle sue diverse articolazioni;
- c) coordinamento e sviluppo di attività e prodotti di comunicazione istituzionale rivolti alla comunità regionale.

Dato atto che:

- l'Agenzia di informazione e comunicazione ha provveduto alla ricognizione e alla mappatura dei fabbisogni segnalati da tutte le Direzioni generali della Regione, sulla base dell'approccio metodologico già sperimentato nel 2018 e nel 2019 e improntato alla condivisione di obiettivi e strumenti dell'attività di comunicazione e alla rispondenza delle diverse iniziative con le priorità strategiche individuate nel programma di mandato;

- il '**Piano della comunicazione**' potrà essere oggetto di successive modifiche e/o integrazioni nel corso della sua vigenza, sulla base di esigenze sopravvenute o di nuove priorità d'intervento stabilite dalla Giunta regionale. Ai fini del rispetto degli obiettivi di coordinamento generale della comunicazione caratteristici del Piano, tutte le eventuali integrazioni al Piano saranno oggetto di confronto e condivisione fra l'Agenzia di informazione e comunicazione e le singole strutture regionali;

- l'attuazione delle diverse iniziative avverrà nei limiti degli stanziamenti finanziari approvati con la legge regionale di bilancio e sulla base delle specifiche disposizioni contenute nei correlati atti di programmazione economico-finanziaria e di organizzazione dell'Ente;

Verificato che le iniziative di comunicazione inserite nel Piano rispondono alle priorità definite nel Programma di mandato;

Valutato pertanto di condividere l'approccio strategico e organizzativo delineato nella proposta di '**Piano della Comunicazione 2020-2021**', presentato dal direttore dell'Agenzia di informazione e comunicazione e allegato al presente atto quale sua parte integrante e sostanziale;

Richiamati, con riferimento agli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni:

- il D.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 *“Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni”*, ed in particolare art. 26, comma 1;

- la propria deliberazione n. 83/2020 *“Approvazione Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza 2020 -2022”* ed in particolare l'allegato D *“Direttiva di indirizzi interpretativi per l'applicazione degli obblighi di pubblicazione previsti dal d.lgs. n. 33 del 2013. Attuazione del Piano triennale di prevenzione della corruzione 2020-2022”*;

Richiamati infine, quali atti posti a base della disciplina amministrativa ed organizzativa:

- la Legge regionale 26 novembre 2001, n.43 *“Testo Unico in materia di organizzazione e di rapporti di lavoro nella Regione Emilia-Romagna”* e s.m.i; -

- la deliberazione n. 2416/2008 *“Indirizzi in ordine alle relazioni organizzative e funzionali tra le strutture e sull'esercizio delle funzioni dirigenziali. Adempimenti conseguenti alla delibera 999/2008. Adeguamento e aggiornamento della delibera n.450/2007”*, e s.m.i., come modificata e integrata dalla deliberazione n. 468/2017 *“Il sistema dei controlli interni nella Regione Emilia-Romagna”*;

- la deliberazione n. 229/2020 di nomina, tra gli altri, del Capo di Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale;

- il Decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 51 del 31 marzo 2020 di attribuzione dell'incarico di Capo di Gabinetto del Presidente della Giunta;

Dato atto che il responsabile del procedimento ha dichiarato di non trovarsi in situazione di conflitto, anche potenziale, di interessi;

Dato atto dei pareri allegati

Su proposta del Presidente della Giunta

A voti unanimi e palesi

Delibera

1) Di approvare il programma delle iniziative di comunicazione per l'anno 2020 di cui all'allegato 'Piano della comunicazione 2020', parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

2) di dare atto che il 'Piano' potrà essere oggetto di modifiche e/o integrazioni nel corso dell'anno, sulla base di esigenze sopravvenute o di nuove priorità d'intervento stabilite dalla Giunta regionale. Ai fini del rispetto degli obiettivi di coordinamento generale della comunicazione caratteristici del Piano, tutte le eventuali integrazioni e/o modifiche sostanziali alle iniziative riportate nel Piano saranno oggetto di confronto e condivisione fra l'Agenzia di informazione e comunicazione e le singole strutture regionali proponenti;

3) di precisare che l'attuazione delle diverse iniziative di comunicazione previste nel Piano avverrà nei limiti degli stanziamenti approvati con il bilancio di previsione 2020-2022 di cui alla l.r. n. e con i correlati provvedimenti di programmazione economico-finanziaria e secondo quanto definito negli specifici atti di organizzazione dell'Ente;

4) di provvedere agli adempimenti in materia di pubblicità e trasparenza del presente atto, nel rispetto delle disposizioni normative e amministrative richiamate in parte narrativa.

PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2020-2021

Introduzione

Il 26 gennaio scorso in Emilia-Romagna si sono svolte le elezioni regionali. Poco più di un mese dopo, il 28 febbraio, con la prima seduta dell'Assemblea legislativa è iniziata la **nuova legislatura regionale**, l'undicesima. Lo stesso giorno, il presidente della Regione, Stefano Bonacini, rieletto, ha firmato il Decreto di nomina della Giunta, formalizzando assessori e deleghe. Meno di una settimana prima, il 22 febbraio, all'Ospedale di Piacenza si era registrato il primo caso di positività al **Coronavirus** nel territorio regionale: una signora lombarda 82enne, di Codogno. Fu l'inizio di quella che sarebbe stata un'emergenza sanitaria senza precedenti, che nei mesi successivi ha cambiato la vita di ogni cittadino, portato allo stravolgimento delle attività e al ribaltamento delle priorità in ogni settore socioeconomico, così come nelle istituzioni e negli enti pubblici, Regione compresa.

Dalla comunicazione di crisi al nuovo Piano della comunicazione

Il 2020 è l'anno della pandemia. Lo è stato finora. E lo saranno i prossimi mesi, seppur indirettamente, segnati dalle conseguenze del lungo lockdown e dalla necessità di una ripartenza sicura, oltre che dal monitoraggio costante dell'andamento del contagio e di eventuali ritorni.

La Regione Emilia-Romagna ha un ruolo primario nella gestione sanitaria e nell'impostazione delle politiche necessarie per uscire dalla crisi, di concerto con il Governo centrale e gli enti territoriali. In questi mesi, la comunicazione istituzionale dell'Ente non si è mai fermata. Era infatti fondamentale garantire ai cittadini e all'intera società regionale ogni informazione sulla crisi pandemica, dall'andamento epidemiologico alle misure adottate per frenarla, garantendo la massima oggettività e trasparenza. Così è stato.

Dall'1 marzo al 31 maggio scorsi, l'Agenzia di Informazione e comunicazione attraverso l'Ufficio stampa ha realizzato **510 comunicati** che hanno generato quasi **13.400 articoli** usciti su giornali e periodici locali e nazionali. Il **38% dei comunicati** (195) hanno riguardato l'area **politiche per la salute** e hanno generato 5.445 articoli, il 40% di quelli pubblicati a seguito dei comunicati regionali. Fondamentale la **comunicazione social**. Questi i numeri relativi al periodo **23 febbraio al 24 giugno**:

- **712 post su Facebook**, tra cui **206 video** (quasi **71 milioni di visualizzazioni**)
 - ✓ **6.194.283** interazioni complessive sui post
- **66mila nuovi follower** sulla pagina FB regionale
- **+10mila follower** su **Twitter** e su **LinkedIn** regionali
- **3.439.142 pagine visitate** nel **sito dedicato** all'emergenza Covid (<https://www.regione.emilia-romagna.it/coronavirus>), realizzato internamente, con tutte le informazioni per i cittadini, aggiornato in tempo reale sulle misure adottate a livello nazionale e regionale e la pubblicazione di tutti i Decreti, le ordinanze, gli atti
- **9.432.240 visualizzazioni** le notizie pubblicate sul sito della Regione (www.regione.emilia-romagna.it)
- **1.827.991 accessi** al portale della Regione generati dai social (Facebook da solo 1.745.675)
- 21 video-comunicati inviati ai mezzi di informazione nel periodo **marzo-maggio 2020**, nel picco dell'emergenza sanitaria
- **4.536 i servizi su tv e radio** relativi all'attività della Giunta regionale
 - ✓ **454** in onda sulle reti nazionali (229 Rai, 117 Mediaset, 108 altro)
 - ✓ dei **4.082** servizi a diffusione locale e regionale, 740 sono andati in onda sul Tgr Rai dell'Emilia-Romagna nelle diverse edizioni radio e televisive.

Questo stesso **Piano della comunicazione** arriva a fine agosto, e quindi ad anno inoltrato, nel momento in cui l'attenuazione della pandemia e il ritorno graduale alla normalità, sia pure pieno di cautele, permettono la programmazione delle attività ordinarie, anch'esse ripartite, con la possibilità di dedicarsi non solo alla comunicazione di crisi che ha caratterizzato la prima parte del 2020. Ma non c'è dubbio che gran parte dell'attività della Regione punti nella direzione di una ripartenza in sicurezza, di una vera e propria ricostruzione, così come delineato nel Programma di mandato 2020-2025 della Giunta presentato in Assemblea legislativa, fondato su quattro linee strategiche:

- il rafforzamento della **sanità** regionale, pubblica e universalistica, e del sistema di **welfare**, per fare sempre di più dell'Emilia-Romagna una regione dei diritti, con una attenzione particolare ai soggetti più fragili e vulnerabili che nella pandemia hanno pagato il prezzo maggiore;
- la **scuola**, con la piena riapertura a settembre, e l'investimento nel **sistema educativo e formativo regionale**, dai servizi per l'infanzia alle università;
- la **sostenibilità economica, sociale e ambientale**, con i 17 obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite perno di un nuovo paradigma di sviluppo;
- **Emilia-Romagna regione delle opportunità**, facendo leva su asset che rappresentano un capitale sociale e territoriale straordinario: **manifattura** fra le più avanzate al mondo, **rete dell'Alta tecnologia** e **Data Valley europea**, **cultura ed economia della creatività**, **turismo** (dalla Costa all'Appennino passando per le città d'arte), **sport di base** e **grandi eventi** come strumento di attrattività e valorizzazione dei territori.

Parlare ai cittadini

Nei mesi dell'anno che abbiamo davanti e nel 2021, la comunicazione istituzionale seguirà un percorso stabilito: l'**uscita dalla crisi**, la **ripartenza** dei servizi e delle attività socio-economiche, la riapertura delle scuole e degli atenei, l'analisi e la progettazione di stili di vita nuovi e comunque diversi, con processi di riorganizzazione in pressoché ogni settore, la ricerca scientifica e l'auspicabile arrivo di un vaccino, i meccanismi di prevenzione, sulla scorta di quanto successo. L'innovazione nelle modalità di lavoro, di studio, di relazione, di scambio di esperienze e conoscenze fra Paesi, così come fra comunità e territori. Sapendo che eventuali nuovi picchi del contagio potranno rallentare tale percorso riportando l'esigenza immediata alla comunicazione di crisi sperimentata nei mesi che abbiamo alle spalle.

Un contesto e un'esperienza, quella del periodo più acuto della crisi sanitaria, di fronte ai quali in questo Piano viene posto un obiettivo principale da perseguire: comunicare, rafforzando l'attività rivolta ai mezzi di informazione, e **parlare coi cittadini**, aprendo un canale diretto con loro attraverso un utilizzo dei social network che sia altamente professionale e specialistico. Un passo in avanti che rappresenta un'ulteriore evoluzione del lavoro iniziato quattro anni fa, partito con la creazione di una redazione unica (con il rientro di tutti coloro che lavoravano presso singoli assessorati e strutture) che segua l'attività della Giunta e di tutti gli assessori, con redattori in grado di scrivere articoli (comunicati stampa), organizzare conferenze stampa, tenere i contatti con gli organi di informazione e pubblicare le notizie sia sul portale sia sui canali social dell'Ente. Alla base una scrittura giornalistica che partisse dalla notizia e uno stile il più possibile lontano dal linguaggio burocratico, per 'pezzi' pensati come se dovessero finire direttamente in pagina su giornali e portali. Il risultato è stato più che soddisfacente, con la stampa, soprattutto quella locale e regionale, che ormai abitualmente riprende il lavoro fatto dall'Agenzia, spesso tagliato sulle singole province con approfondimenti ad hoc. Adesso, però, al comunicare con i mezzi di informazione vogliamo appunto aggiungere il parlare coi cittadini, utilizzando al meglio i portali tematici e i

canali social, il linguaggio che in essi va utilizzato e i meccanismi utili a raggiungere i segmenti di popolazione maggiormente interessati alle misure regionali e alle possibili opportunità.

Un secondo obiettivo, altrettanto importante, sarà quello di potenziare l'attività di coordinamento sulle **campagne e iniziative di comunicazione istituzionale**, per garantire omogeneità, riconoscibilità e autorevolezza alla comunicazione della Regione, con un'identità visiva da rinnovare. Anche in questo caso si tratterà di rafforzare un modo di operare sviluppato in questi anni, a partire da una situazione che vedeva le singole strutture regionali comunicare come fossero organismi separati e autonomi. Unitarietà della comunicazione verso l'esterno che seguirà un **calendario comune**, definito dall'Agenzia d'intesa con le Direzioni generali e le strutture regionali, che conterrà i progetti approvati e per ciascuno di essi obiettivi, risorse, risultati attesi. Una unitarietà nella comunicazione regionale, inaugurata due anni fa, che sempre di più deve portarci a selezionare unicamente iniziative realmente efficaci, compatibili con la strategia delineata nel Piano della comunicazione e con la programmazione strategica e operativa (DEFR), e con la conferma dell'impegno a razionalizzare la spesa.

A sua volta, l'**Ufficio stampa** continuerà a svolgere un'attività fortemente improntata a uno stile giornalistico, organizzata come una vera e propria redazione, una vera e propria agenzia di stampa al servizio di tutti i media, fonte primaria sull'attività istituzionale della Regione. Con l'obiettivo, se possibile, di intensificare la presenza sui media stessi, e di potenziare i rapporti con gli stessi mezzi di informazione, regionali e nazionali, ponendosi sempre in un'ottica di servizio, pronti a rispondere a qualsiasi esigenza venga da giornali, tv, radio, portali e testate web. Attraverso l'attività dell'Ufficio stampa, vengono confermati gli strumenti e i prodotti editoriali dell'Agenzia:

- **comunicati stampa**
- **conferenze stampa**
- **multimedialità** (videocomunicati, video e file audio, portale, social network, infografica, trasmissioni televisive e dirette in streaming e sui canali social, anche in collaborazione con Lepida Tv)
- **newsletter ER**
- **progetti editoriali** su materie di competenza regionale.

Alla base del lavoro dell'Agenzia di informazione e comunicazione c'è infatti un principio sancito nello Statuto della Regione Emilia-Romagna: il dovere di informare i cittadini - che hanno quindi il diritto di essere informati - riguardo a iniziative o provvedimenti che abbiano una ricaduta pratica sulla vita quotidiana della comunità, che si tratti di nuove misure, bandi, finanziamenti, aiuti e disponibilità. Allo stesso modo, la comunicazione istituzionale di un ente pubblico deve generare sapere e consapevolezza nei cittadini stessi, mettendo loro a disposizione tutte le informazioni relative all'attività svolta, ai progetti conclusi, a quelli in corso di realizzazione o in fase di progettazione, ai servizi forniti e alle opportunità disponibili.

Insieme, informazione e comunicazione istituzionale rappresentano **quindi un elemento fondamentale nel determinare la quota di partecipazione, interazione, crescita e sviluppo generata dalla Regione** a beneficio di utenti, famiglie, imprese e lavoratori, studenti, professionisti, associazioni, scuole e università, istituzioni e territori.

L'Agenzia di informazione e comunicazione, regia unica

L'Agenzia è composta da due strutture operative: l'**Ufficio stampa** e l'**Area funzionale**

“Comunicazione e amministrazione”. Nel complesso, attraverso la valorizzazione delle risorse interne, ha raggiunto capacità autonoma di progettazione, produzione multimediale (video, audio, infografica, web), gestione di campagne, amministrazione/contrattualistica, razionalizzando la spesa e riducendo il ricorso ad esternalizzazioni di servizi.

Gli obiettivi sopra delineati si inseriscono in un quadro più generale che il Piano del direttore dell’Agenzia - lo strumento col quale garantire il coordinamento e la programmazione degli interventi che la Regione Emilia-Romagna adotta per rivolgersi alla società regionale, raccogliendone allo stesso tempo le sollecitazioni – consolida.

Restano infatti imprescindibili alcune **linee guida** relative alla comunicazione istituzionale, che si possono riprendere pressoché integralmente dal precedente Piano:

- **ricondere la comunicazione istituzionale della Regione a un’azione coordinata**, secondo un formato comune – messaggio + grafica - che identifichi immediatamente l’Ente e le sue strutture, adattabile ai singoli settori tematici;
- strutturare e coordinare le attività di comunicazione proposte dalle singole Direzioni generali, inquadrando in un disegno organico funzionale e in una **efficace programmazione**;
- **ottimizzare e integrare le attività di comunicazione**, orientandole verso obiettivi chiari e condivisi, evitando contraddizioni e inutili sovrapposizioni;
- **promuovere e incentivare la comunicazione online e sui social media**, per facilitare i processi di partecipazione e l’interazione con la società regionale (obiettivo, come detto, ancor più da sviluppare nei prossimi mesi);
- **ottimizzare costi e aspetti organizzativi** legati alla comunicazione istituzionale.

La responsabilità principale è in capo all’**Agenzia di informazione e comunicazione** della Giunta regionale, impegnata:

- sulla comunicazione generale dell’Ente (campagne istituzionali, iniziative di comunicazione, immagine coordinata);
- sull’informazione e il resoconto dell’attività istituzionale di Giunta, Presidenza della Giunta, assessorati e strutture regionali svolta dall’Ufficio stampa interno all’Agenzia (comunicati stampa, multimedialità, portale, conferenze stampa, rapporti con gli organi di informazione), nel quale lavorano giornalisti.

Immagine coordinata

“Emilia-Romagna, facciamo la differenza”, con i suoi elementi grafici caratterizzanti, è stato il format identificativo della comunicazione istituzionale della Regione negli ultimi due anni. Format che ideammo per rinnovare l’immagine coordinata dell’Ente, ferma da tempo, ma che ora consideriamo superato, anche alla luce dei mesi di emergenza sanitaria che abbiamo alle spalle.

In tempi rapidi, provvederemo con la **definizione di un format nuovo**, più aderente una fase di ripartenza/ricostruzione come quella che abbiamo davanti, e alle nuove priorità della legislatura appena avviata. Da utilizzare su tutte le piattaforme disponibili, dai mezzi di informazione tradizionali ai canali multimediali, sarà comunque strutturato con delle sotto-versioni per le singole aree tematiche nelle quali rientrano misure e politiche regionali.

Le campagne di comunicazione: la mappa dei progetti

Prosegue la collaborazione con le strutture regionali per una programmazione condivisa, sotto il coordinamento dell’Agenzia. Assessorati e direzioni generali realizzano ogni anno numerosi progetti e campagne di comunicazione, su temi di grande rilevanza per la collettività: dalle politiche

sanitarie e sociali, ai bandi per le imprese, dalla formazione e le politiche attive per il lavoro alla promozione del territorio, dalla difesa del suolo alle misure contro l'inquinamento. Oltre a curare la regia della programmazione regionale, l'Agenzia stabilirà e curerà direttamente alcuni progetti e campagne. Confermata anche la modalità operativa: la gran parte delle iniziative – quelle su temi specifici, di servizio, riconducibili a singole iniziative che possono anche esaurirsi una volta realizzate - continueranno a essere gestite direttamente dalle strutture regionali, quelle dalla portata più ampia, relative a misure strutturali, quindi destinate a prolungarsi nel tempo, verranno o gestite direttamente dall'Agenzia o ne vedranno comunque un pieno coinvolgimento.

Allegata al Piano si trova la **mappa dei progetti** di comunicazione approvati per il 2020, con proiezioni sul 2021 e il 2022, in coerenza con il ciclo della programmazione economico-finanziaria regionale, che verrà aggiornata all'inizio del prossimo anno. In continuità con la scelta fatta per il Piano 2019, la Mappa è organizzata per macrotemi, che riprendono le linee strategiche del Programma di Mandato – Ripartenza, Diritti, Conoscenza, Sostenibilità, Opportunità – ed evidenzia la rispondenza delle singole iniziative agli obiettivi di legislatura previsti nello stesso Programma. Le iniziative inserite in programmazione sono il risultato del confronto con le strutture regionali, con le quali abbiamo condiviso l'esigenza di un utilizzo efficace delle risorse, di privilegiare la comunicazione sui temi più sentiti dai cittadini – sanità, scuola e welfare, mobilità, lavoro – con un'attenzione costante a far emergere dati di reale interesse e utilità e a garantire riconoscibilità alla comunicazione della Regione.

Tutte le campagne dovranno riportare gli elementi distintivi del **nuovo format comunicativo** al quale stiamo lavorando e che dovrà essere utilizzato anche da eventuali fornitori esterni. Dunque, i testi e le specifiche tecniche, così come la progettazione delle singole campagne, vedrà protagoniste in prima persona le strutture regionali, ma il prodotto finale dovrà rientrare negli standard di un format comunicativo unitario e riconoscibile.

L'Agenzia sta ultimando la procedura per la concessione di contributi alle imprese dell'informazione operanti in Emilia-Romagna, comprese quelle in forma cooperativa e le testate gestite da soggetti non a fini di lucro, subordinati alla messa a disposizione di spazi sulle testate giornalistiche per campagne di comunicazione istituzionale inerenti l'emergenza Covid. Da qui a fine anno, metteremo a disposizione di un cospicuo numero di testate in tutti i comparti – carta stampata (quotidiani e periodici), radio e tv, testate web – quattro campagne di comunicazione, mentre altre due saranno curate dall'Assemblea legislativa regionale. Le **quattro campagne** riferite alla Giunta saranno su questi temi:

- **'Nuove Sane Abitudini'**, sulle regole di sicurezza e prevenzione da seguire per evitare il contagio e per una ripresa delle attività in sicurezza;
- **Riapertura delle scuole** (regole da seguire);
- **Sicurezza nei luoghi di lavoro** (regole da seguire);
- **Campagna per la vaccinazione anti-influenzale** (il via anticipato al 1^a ottobre in funzione anti-Covid, per evitare che sintomi influenzali vengano scambiati per Coronavirus, e comunque per rendere più semplice e tempestiva la diagnosi corretta).

Nello stesso tempo, sono già definite campagne di comunicazione extra-Covid che saranno diffuse già nei prossimi mesi:

- **trasporto pubblico locale gratuito** per i ragazzi fino a 14 anni, compresi;
- **piantumazione di 4,5 milioni di alberi**, 500 mila entro la fine dell'anno, con la possibilità in autunno per i cittadini di rivolgersi ai vivaisti dell'Emilia-Romagna individuati dal recente bando regionale per ritirare le piante da mettere a dimora, nelle modalità e nei tempi indicati;

- **Patto per il Lavoro e per il Clima** siglato con tutte le parti sociali, per uno sviluppo sostenibile ed equilibrato in tutto il territorio regionale;
- **Nidi/servizi per l'infanzia gratuiti**;
- Sanità, **i nuovi Pronto soccorso** in Emilia-Romagna (regole, accessi, ecc.);
- Emilia-Romagna piattaforma nazionale di **produzione culturale** (cinema, teatro, danza, musica, spettacolo dal vivo, ecc.);
- Big Data, digitale, nuove tecnologie: **Emilia-Romagna Data Valley** nazionale ed europea.

Tutte le campagne si caratterizzeranno per la loro funzione di servizio, con messaggi chiari e informazioni basilari e il rimando a **landing page** con tutte le specifiche per poter usufruire delle misure regionali (bandi, fondi, benefici, opportunità), i cui contenuti saranno realizzati o vidimati in ultima istanza dall'Agenzia.

Lepida TV

Il direttore dell'Agenzia di informazione e comunicazione è stato nominato responsabile regionale dell'iniziativa 'Lepida TV' in merito al contratto di servizio 2020-2022 tra la Regione e Lepida spa, **che** comporta la responsabilità su strategia e **indirizzo editoriale** dell'emittente per conto dell'Amministrazione regionale.

Considerando le finalità di servizio e non commerciali di Lepida TV, l'obiettivo è quello di **definire in tempi rapidi un palinsesto di forte valenza pubblica**, che permetta di sviluppare un canale di comunicazione istituzionale con i cittadini e i soggetti della società regionale in grado di raggiungere un pubblico complementare a quello dei social network e di creare uno spazio nel quale possano intervenire amministratori, nel pieno rispetto di pluralismo e spazi garantiti allo stesso modo a tutte le forze politiche presenti in Regione.

Lepida TV potrà anche diventare **uno spazio a disposizione delle realtà territoriali** in tutti i settori, dalla ricerca alle nuove tecnologie, dalla scuola all'università, dall'innovazione d'impresa allo sviluppo dei territori, dalla sanità al welfare, dal volontariato alle realtà associative, dalle esperienze giovanili alla cultura e le realtà che ruotano attorno alle produzioni culturali. I protagonisti saranno imprenditori, lavoratori, studenti, "semplici cittadini", che con le loro storie permetteranno il racconto di una comunità regionale che ha di fronte mesi di ricostruzione e ricucitura del tessuto sociale ed economico in cui le tecnologie del digitale giocano un ruolo chiave. Un contenitore che potremo aprire a **nuove sperimentazioni**, dopo le positive esperienze condotte **durante il lockdown**, che ha visto Lepida TV ospitare trasmissioni dedicate alla formazione a distanza, a spettacoli, rassegne musicali e culturali, a documentari e contenuti di forte valenza territoriale, fino al 'Filo diretto' della Giunta regionale che ha visto assessori e presidente della Regione rispondere in diretta alle domande poste dai cittadini sull'emergenza Covid.

Il risultato è quello di riscontri molto buoni: dal 13 marzo al 30 giugno 2020, **le visualizzazioni complessive sono state oltre 650mila**, considerando tutte le piattaforme attraverso cui Lepida TV è fruibile (web, YouTube, on demand), senza dimenticare che è visibile sul canale 118 del digitale terrestre, in ottima qualità in tutto il territorio regionale, comprese le aree montane.

In ultimo, **verranno implementati gli spazi informativi** (Tg, rubriche, approfondimenti, di attualità e storici, inchieste), anche in collaborazione con il Master in giornalismo dell'Università di Bologna, con cui potrebbero essere attivati accordi di collaborazione, per accogliere gli studenti in stage formativi e pubblicare i loro contenuti editoriali.

Lepida TV entra dunque a pieno titolo **nella programmazione regionale**, sia come TV di servizio che come struttura tecnica di supporto per la copertura di eventi, dirette o pubblicazione di contenuti. Le richieste di collaborazione dovranno essere inoltrate dalle strutture regionali

(assessorati, direzioni generali, Agenzie, ecc.) al direttore dell'Agenzia di informazione e comunicazione, per decisioni il più possibile coordinate e compatibili con la programmazione regionale stessa.

A tal fine, alla luce di un'approfondita analisi di natura tecnico-giuridica sul tema dei diritti d'autore e connessi verranno messe a disposizione **Linee guida** per la gestione dell'intero ciclo di vita dei contenuti da trasmettere su Lepida TV.

Parlare coi cittadini: un nuovo approccio ai social e al web

Per il necessario salto di qualità nella comunicazione social della Regione, occorre muoversi in due direzioni: **una maggiore selezione dei contenuti da pubblicare, legata anche alle caratteristiche del canale scelto** (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube), perché ritmi di pubblicazione eccessivi penalizzano la visibilità dei contenuti più importanti; in parallelo, la **creazione di contenuti dedicati** espressamente ai social network, seguendone le logiche e i linguaggi, abbandonando progressivamente la pubblicazione automatica di contenuti che siano l'immediata riproposizione di comunicati stampa.

Verrà quindi definito uno specifico **piano editoriale dedicato ai social**, con l'obiettivo di arrivare a un maggiore **tasso di interazione sui contenuti**.

Per quanto riguarda i **contenuti stessi**, il flusso attuale di comunicazione (dalla notizia deriva il contenuto social) appare ormai superato, perché in qualunque settore, dalla politica allo sport, ormai **sono le pubblicazioni via social a generare le notizie**: per adeguarsi a questo cambiamento, dovremmo iniziare a implementare sempre di più contenuti 'nativi' per i social network (dalle dirette video alle infografiche), programmati sulla base del piano editoriale social che definiremo, in grado di influenzare i media e il dibattito pubblico anche in un momento 'altro' rispetto a quello dell'ordinanza, della delibera o dell'appuntamento istituzionale che si è soliti comunicare.

Social, web e analisi dei dati: una redazione social

La professionalizzazione della gestione dei social, collegata all'analisi dei dati e alla conoscenza dei meccanismi di diffusione dei contenuti su questi canali, anche mirata su determinati segmenti della popolazione e della società regionale, per massimizzare l'efficacia della comunicazione raggiungendo la platea più larga possibile di utenti e di territori potenzialmente interessati, e delle tecniche di implementazione dei contatti e delle interazioni, richiede il ricorso a personale qualificato. Per questo, nei prossimi mesi, con la conclusione dei concorsi regionali, verrà richiesta l'assegnazione o la possibilità di potersi avvalere di almeno due/tre Data scientist fra quelli selezionati nelle prove concorsuali e assunti in Regione. Collaboreranno a stretto contatto con l'Agenzia, in particolare con l'Area Multimedia, per la gestione dei profili social e di contenuti dedicati, anche per il web.

Un nuovo portale solo di notizie (e di contenuti originali)

Potrebbe essere efficace progettare e realizzare un nuovo portale tutto di news, o sotto il dominio del sito istituzionale (www.regione.emilia-romagna.it) o con un dominio dedicato. Avrebbe i vantaggi dei siti all news - dalla **gerarchizzazione delle notizie** alla possibilità di dividerle per **categorie e sezioni**, da una **ricerca interna** semplice ed efficace a una **navigabilità tra contenuti** (con notizie correlate, link in testo, approfondimenti) – così da aumentare il tempo di permanenza sul portale.

Sarà alimentato principalmente dai contenuti realizzati dall'Ufficio stampa (che ne curerà la gestione), ma potrà essere arricchito anche da numerose **sezioni ad hoc** che non potrebbero trovare spazio su un portale puramente istituzionale: dai contenuti social nativi (vedi sopra) alle

notizie più importanti dai territori (vedi sotto), senza dimenticare tutte quelle notizie che partono dai vari Servizi e Strutture della Regione e che spesso generano 'storie' che meritano di essere raccontate.

A puro titolo di esempio, basta pensare ai risultati di bandi come quello per le giovani coppie che decidono di vivere in montagna, o quello dedicato alle start-up o all'agricoltura, con numerosi giovani che decidono di avviare attività nel comparto: poter raccontare le loro storie, intervistando i beneficiari, sentendo da loro come sia cambiata la loro vita, quali gli effetti pratici nella quotidianità, i successi e le difficoltà, le cose che funzionano e quelle meno, facendo in sostanza buon giornalismo, ci permetterà di raccontare la ricaduta pratica delle misure regionali, dell'attività dell'Ente, prima ancora di ogni comunicato su atti e provvedimenti. Materiale che sarà veicolato sul portale, sui social e mezzo a disposizione dei mezzi di informazione. Contenuti originali, nostri, frutto del lavoro di redazione.

Dai territori: massa critica Emilia-Romagna

Dare spazio sul portale di informazione della Regione alle più importanti notizie che arrivano dai territori provvederà a creare un legame forte tra l'Agenzia di informazione e comunicazione della Regione e le varie redazioni locali che curano le decine e decine di siti delle amministrazioni locali unitamente ai loro profili social.

Una collaborazione con le strutture operative negli enti locali sulla comunicazione istituzionale, a beneficio delle comunità e dei territori, una **massa critica** non indifferente per **rilanciare reciprocamente** i propri contenuti più significativi, sul web e sui social. Un modo per le amministrazioni locali di arrivare a una dimensione regionale e per la Regione di arrivare ancora di più nei territori.

L'attività svolta nel 2019

- **Comunicati stampa** - Ne sono stati realizzati dall'Agenzia **1.119**, da cui sono scaturiti oltre **14.400 articoli** pubblicati su quotidiani, periodici, web, locali e nazionali.
- **Video comunicati** – **138** quelli fatti sull'attività della Giunta, con interviste al presidente e agli assessori, prodotti interamente dalla struttura e inviati alle tv dell'Emilia-Romagna.
- **Servizi radio e tv** - Più in generale, considerando comunicati, video comunicati, multimedialità e l'intera attività di comunicazione dell'Agenzia, nel 2019 sono stati rilevati complessivamente da Telpress, l'agenzia che ci fornisce la rassegna audio-video, **10.439 servizi su tv e radio** relativi all'attività della Giunta regionale. Di questi, **1.139** sono andati in onda sulle **reti nazionali** (550 Rai, 221 Mediaset, 368 altro). Dei **9.300 servizi** a diffusione **locale e regionale**, **2.079** sono andati in onda sul **Tgr Rai dell'Emilia-Romagna** nelle diverse edizioni radio e televisive. I servizi che hanno riguardato il presidente **Bonaccini** sono stati complessivamente **3.572**: di questi **2.888** sulle reti regionali e **569** su quelle nazionali.
- **Il portale** – Il sito della Regione ha registrato **oltre 2,6 milioni** (2.601.142) **di visitatori unici**, (+700mila rispetto al 2018) per **più di 6 milioni di pagine visitate** (6.024.814; +1,8 milioni).
- **I social network** – Qui si ha ulteriore conferma del passaggio che c'è stato in questi due anni a una informazione maggiormente presente su tutte le piattaforme.
Facebook - Il 2019 si è chiuso con **70.900 fan** (+13.766 rispetto al 2018). Abbiamo realizzato **732 post** (di cui **177 video**) dedicati all'attività della Giunta e a iniziative regionali, con una media di oltre 38mila visualizzazioni ciascuno.

Twitter - L'anno si è chiuso con **oltre 103mila follower (+4 mila)**. Nel 2019 abbiamo realizzato **800 tweet**.

Da sottolineare anche gli oltre **38mila follower (+18mila)** sul profilo **Linkedin** della Regione.

- **Video per il web e i social** – Sono fundamentalmente tre i canali utilizzati per diffondere sulla rete i contenuti multimediali dedicati all'attività della Giunta regionale:
 - il **portale** della Regione
 - la pagina **Facebook**
 - il canale **YouTube**

Nel 2019 sono stati **108 i video caricati sul portale** e **159 quelli caricati su YouTube**. A questi si aggiungono i **24 video della trasmissione "Vista da Vicino"**, andata in onda anche sulle tv regionali da luglio a novembre, ma pensata anche per il web: abbiamo infatti ideato a un format che prevede una puntata fatta di tre 'capitoli' comunque autonomi nella narrazione, così da poterli pubblicare singolarmente sui social e il web prima della messa on line della puntata completa, trasmessa invece in tv nella versione completa.

Nel 2019 è stata anche prodotta, in **nove puntate**, il magazine settimanale "**Regione in Onda**", pubblicato sul portale, Youtube e social con le principali notizie della settimana.

Su **YouTube**, le **visualizzazioni** sono state **720.615**.

I **175 video** caricati su **Facebook** hanno raggiunto **225.890 visualizzazioni integrali** (gli utenti, cioè, hanno guardato il video fino alla fine). Se consideriamo anche quelle parziali, le visualizzazioni totali sono state **677.749**.

- **Campagne di comunicazione** – L'ultimo anno della legislatura è coinciso con l'attività di resocontazione di fine mandato e la realizzazione di campagne dedicate a misure regionali strutturali, campagne curate dall'Agenzia. Eccole: "Mobilità sostenibile - bus gratuiti in 13 città" (febbraio); "Tariffazione puntuale rifiuti - pago per quanto butto" (marzo); "Turismo, investiamo nella nostra bellezza" (giugno); "Al nido con la Regione, giù la retta" (settembre); "Taglio Irap imprese montane" (ottobre); "Wifi gratuito" (ottobre); "Opportunità per i giovani" (novembre).
- **Archivio fotografico** – Nel 2019 sono state inserite **1.960** nuove fotografie. **1.115** sono di produzione interna alla Regione (Agenzia informazione e comunicazione, Diateca Agricoltura, Presidenza Giunta, Assemblea legislativa e Agenzia di Protezione civile), **845** acquisite all'esterno. Gli utenti che accedono all'archivio fotografico tramite Fotoreporter sono **464**, di cui **230** collaboratori regionali (**56** i nuovi utenti lo scorso anno).

Non meno corposa e importante l'**attività amministrativa** e quella legata alla **contrattualistica**. Lo scorso anno tra nuovi affidamenti e chiusura di contratti abbiamo gestito **oltre 100 atti/procedimenti** (acquisizione servizi, gare sul Mepa, pagamenti, ecc.). La piena autonomia dell'Agenzia, costruita e strutturata in questi anni, ha consolidato l'efficace l'interfaccia con gli altri Servizi, ha visto ridursi i tempi delle procedure e viene rispettato il costante ricambio dei fornitori, in un contesto che ci vede appunto gestire decine di contratti. Parallelamente c'è stata la maggiore strutturazione della **segreteria di redazione**: gestione e monitoraggio delle campagne di comunicazione istituzionale; organizzazione eventi/conferenza stampa; archivio

materiali; ricerca e rassegne stampa; archivio fotografico. Sempre con un obiettivo: valorizzare le risorse interne.

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
Emilia-Romagna riparte	Dall'emergenza sanitaria alla ripresa delle attività	NuoveSaneAbitudini - Campagna di comunicazione sulle semplici sane abitudini da seguire per la ripartenza	Informare i cittadini sui corretti comportamenti da tenere per evitare una ripresa dei contagi.	Produzione e diffusione di materiali di comunicazione, online e offline sui corretti comportamenti da tenere per evitare una ripresa dei contagi.	Cittadini	Campagna integrata	Cura della persona, salute e welfare	Ufficio comunicazione	settembre 2020	2
Emilia-Romagna riparte	Dall'emergenza sanitaria alla ripresa delle attività	Nuovi percorsi in Pronto Soccorso	Comunicare il nuovo sistema di triage ed i nuovi percorsi attivi nei PS regionali e i percorsi per patologie infettive.	Comunicare le nuove modalità organizzative adottate in risposta all'emergenza Covid-19, e in particolare la nuova definizione dei codici triage, con le relative priorità di accesso e modalità di gestione in PS e i percorsi per patologie infettive.	Cittadini	Campagna integrata	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	6
Emilia-Romagna riparte	Intraprendere un nuovo cammino di crescita	Campagna ' Lavoro sicuro '	Promuovere le politiche regionali per la ripresa in sicurezza delle attività produttive nel percorso di ricostruzione post Covid-19.	Campagna di comunicazione sulle misure adottate dalla Regione per contrastare e contenere il rischio di contagio nei luoghi di lavoro.	Lavoratori, imprese	Campagna integrata	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	ottobre 2020	3
Emilia-Romagna riparte	Intraprendere un nuovo cammino di crescita	LA RER e il COVID 19 (titolo provvisorio)	Divulgare le azioni effettuate dalla Regione per supportare le imprese nelle fasi di emergenza COVID19 e di post-emergenza.	Realizzazione di inserzione su 'Guida Regioni' di Sole 24 ore.	Imprese, cittadini	Inserzioni su testate giornalistiche, a stampa e digitali	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre 2020	1
Emilia-Romagna riparte	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna per la promozione della vaccinazione antinfluenzale	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione, produzione e distribuzione di materiali informativi per promuovere la vaccinazione.	Cittadini	Locandine, sito	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	ottobre 2020	6
Emilia-Romagna riparte	Una scuola inclusiva, dei diritti e dei doveri, delle pari opportunità	Campagna ' Scuola sicura - Apertura anno scolastico 2020-2021 '	Promuovere e far conoscere le regole per la riapertura delle scuole in sicurezza.	Campagna organizzata in concomitanza con l'apertura dell'anno scolastico 2020-2021 per promuovere il principio della centralità della scuola nel percorso di ricostruzione del tessuto sociale, economico e culturale post Covid 19.	Studenti e docenti delle scuole della regione, famiglie	Campagna integrata	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	settembre 2020	2
Emilia-Romagna riparte	Giovani protagonisti delle scelte per il futuro	I giovani ripartono dalla comunità	Promuovere i progetti attivati nei territori per i giovani e con i giovani in risposta all'epidemia Covid-19, in una logica di innovazione e di ricostituzione del senso di comunità.	Divulgazione e promozione degli interventi attuati in campo ambientale, sociale, tecnologico, culturale e dei nuovi linguaggi multimediali.	Giovani, Associazioni giovanili, enti locali, scuole e youth worker	Campagna integrata	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Cultura e Giovani	settembre 2020	3

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione dei diritti	Cittadinanza e competenza digitale	ADER 2020-2025	Promuovere progetti e iniziative dell'Agenda Digitale dell'Emilia-Romagna per l'affermazione dei diritti di cittadinanza digitale.	Organizzazione di eventi, incontri e altre tipologie di confronto, in presenza e a distanza per l'elaborazione della nuova programmazione pluriennale di ADER con coinvolgimento di tutti principali stakeholder della comunità regionale.	Cittadini, imprese, scuole, PA locali	Sito dedicato, canali social di ADER, mailing list	Gabinetto del Presidente	Agenda Digitale	agosto 2020	5
La Regione dei diritti	Cittadinanza e competenza digitale	Festival After_Futuri Digitali	Promuovere progetti e iniziative previsti dell'Agenda Digitale dell'Emilia-Romagna per l'affermazione dei diritti di cittadinanza digitale.	Eventi online e dal vivo sul territorio regionale per raccontare la progettazione, lo sviluppo, la realizzazione di prototipi di soluzioni pensate per vivere turismo, cultura e scuola in modo nuovo, trasformato dal digitale e compatibile con le nuove misure di sicurezza.	Cittadini, imprese, scuole, PA locali	Eventi (piattaforme online di gestione), canali social, spot radio/tv	Gabinetto del Presidente	Agenda Digitale	agosto 2020	5
La Regione dei diritti	Diritto all'informazione	Inserzioni sui media	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Acquisto di spazi informativi sui mass media per attività di comunicazione istituzionale.	Cittadini, imprese, istituzioni, associazioni	giornalistiche, a stampa e digitali, diffusione spot radio, diffusione spot video, affissioni	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	agosto 2020	17
La Regione dei diritti	Diritto all'informazione	La comunicazione sui social media	Migliorare l'efficacia della comunicazione verso i cittadini veicolata attraverso i canali social ufficiali della Regione Emilia-Romagna.	Supporto alla redazione di testi e materiali audiovisivi adatti alle diverse piattaforme social; monitoraggio, analisi e gestione di attività di advertising sui principali social media.	Cittadini, imprese, istituzioni, associazioni	Prodotti multimediali	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	giugno 2020	9
La Regione dei diritti	Diritto all'informazione	Produzione di stampati non standard per attività di comunicazione istituzionale	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Produzione di materiali a stampa non standardizzati per attività di comunicazione istituzionale.	Cittadini, imprese, istituzioni, associazioni	Prodotti a stampa	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	settembre 2020	16
La Regione dei diritti	Diritto all'informazione	Sito ER Salute	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Riorganizzazione e riprogettazione dell'architettura del portale dopo la migrazione a Plone 5 per migliorarne accessibilità e usabilità.	Cittadini e operatori dei servizi sanitari	Sito web	Cura della persona, salute e welfare	Ufficio comunicazione	da definire	da definire
La Regione dei diritti	Diritto all'informazione	Un nuovo palinsesto per Lepida TV	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Potenziare e qualificare l'offerta informativa di Lepida TV per valorizzarne la funzione di canale istituzionale a disposizione anche delle realtà territoriali.	Cittadini, imprese, istituzioni, associazioni	Video	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	ottobre 2020	6
La Regione dei diritti	Piena copertura vaccinale come obiettivo di civiltà	Vaccinazioni in infanzia e gravidanza	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Progettazione e produzione di materiali informativi per promuovere le vaccinazioni per le donne in gravidanza e nell'infanzia.	Donne in gravidanza	Opuscoli, flyer, manifesti/cartoncini formato A3 e A4	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	luglio 2020	n.d.
La Regione dei diritti	Piena copertura vaccinale come obiettivo di civiltà	Vaccinazioni nell'adulto	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Stampa e distribuzione del libretto vaccinazioni nell'adulto.	Cittadini	Libretto	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	da definire	n.d.
La Regione dei diritti	Qualificare il lavoro in Sanità	Campagna 'Sicurinsieme' e 'Open Safety Day'	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione e produzione di materiali a stampa e multimediali per la promozione della sicurezza nelle strutture sanitarie, la prevenzione e mitigazione dei potenziali danni nei processi assistenziali.	Cittadini, operatori sanitari	Video, locandine, cartoline, infografiche, banner	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	n.d.
La Regione dei diritti	Una nuova governance istituzionale	Giornata della Partecipazione	Promuovere e diffondere la cultura della partecipazione su tutto il territorio regionale.	La Giornata della Partecipazione è stata istituita con la legge 15/2018 e si svolge ogni anno in occasione della Sessione Annuale Partecipazione entro il mese di ottobre.	Enti pubblici, cittadini, operatori	Iniziativa pubblica (in modalità a distanza)	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Servizio Riordino, Sviluppo istituzionale e territoriale, Partecipazione	settembre 2020	1
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna Antibiotici	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Promozione delle buone pratiche per la prevenzione delle infezioni respiratorie e il corretto uso degli antimicrobici.	Cittadini e operatori sanitari	Opuscoli e locandine (anche su autobus e arredi urbani), video, infografiche	Cura della persona, salute e welfare	Agenzia sanitaria e sociale regionale	novembre 2020	3
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna per la cura del tumore ovarico	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione e redazione, stampa e diffusione di opuscolo informativo.	Cittadini	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna sull'endometriosi	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Diffusione di opuscolo informativo.	Cittadini	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna HIV/AIDS	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Campagna di sensibilizzazione per prevenire l'infezione dal virus Hiv e combattere lo stigma.	Cittadini	Locandina, campagna web	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	novembre 2020	n.d.
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Campagna informativa sulle malattie trasmesse da insetti vettori	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Aggiornamento dei materiali informativi, campagna web e promozione dell'APP ZanzaRER.	Cittadini	App ZanzaRER, campagna web	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	giugno 2020	n.d.

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Cartella del neonato e dei neo-genitori	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Elaborazione grafica, stampa e diffusione di materiali informativi sullo sviluppo dei bambini e delle bambine, sulle modalità di accompagnarli nella crescita e sull'assistenza proposta in Emilia-Romagna nel primo anno di vita.	Genitori di bambini nel primo anno di vita, puerpere e loro famigliari	Materiali a stampa, prodotti editoriali	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza territoriale	dicembre 2020	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Cartella della gravidanza (Non da sola)	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Cartella informativa su caratteristiche, contenuti e benefici attesi della assistenza in gravidanza in Emilia-Romagna.	Donne in gravidanza	Materiali a stampa, prodotti editoriali	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza territoriale	dicembre 2020	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Invito allo screening per la diagnosi precoce dei tumori del colon-retto e della mammella	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione grafica, stampa e distribuzione di opuscoli con invito agli screening.	Cittadini, con target specifici per genere ed età	Opuscolo plurilingue (italiano - albanese - arabo - cinese - francese - urdu)	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	da definire	n.d.
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Malattie sessualmente trasmissibili	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Stampa e distribuzione di opuscolo informativo sulle infezioni a trasmissione sessuale.	Cittadini	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	luglio 2020	n.d.
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Opuscolo legionellosi	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione grafica, stampa e distribuzione di un opuscolo informativo sulla legionellosi (malattia del legionario).	Cittadini	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	da definire	n.d.
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Prevenzione della depressione e della depressione post-partum	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Diffusione video per sensibilizzare sull'importanza del disagio psichico e sull'opportunità di un intervento precoce (attività legata al progetto ministeriale sulla depressione post partum).	Donne/coppie che accedono ai servizi sanitari	Video	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza territoriale	novembre 2020	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Prevenzione delle cadute	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Campagna informativa sui rischi di caduta nei processi assistenziali, per diffondere la conoscenza delle strategie preventive da attuare sia in ospedale sia a domicilio e favorire la proattività della persona assistita e del suo contesto familiare.	Cittadini (assistiti, loro familiari e caregiver) e operatori sanitari	Campagna integrata	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Promozione e tutela della salute sessuale	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Progettazione, stampa e distribuzione presso le Aziende di materiale per educazione affettiva, relazionale e sessuale.	Bambine/i, ragazze/i, insegnanti, genitori, educatori (adulti di riferimento)	Materiali a stampa, prodotti editoriali	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza territoriale	settembre/ottobre 2020	9
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Salute in viaggio	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e sicuri.	Produzione di materiali per informare sui comportamenti da seguire per tutelare la salute in caso di viaggi in zone dove le condizioni climatiche, di vita e l'ambiente sono molto diverse. Aggiornamento delle informazioni al Covid-19.	Cittadini	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	da definire	n.d.
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Screening neonatale: un semplice test per proteggere la salute dei bimbi	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Produzione di un opuscolo per informare i genitori e le famiglie sui percorsi clinico-assistenziali.	Genitori dei nuovi nati	Opuscolo	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	12
La Regione dei diritti	Una sanità pubblica e universalistica per il benessere di tutti	Talassemia e drepanocitosi: la rete dei Servizi per la prevenzione, la diagnosi e la cura in Emilia-Romagna	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari.	Realizzazione di un opuscolo informativo per il riconoscimento tempestivo della talassemia e della drepanocitosi e l'accesso alla rete assistenziale.	Popolazione a rischio o affetta da talassemia o drepanocitosi	Opuscolo (distribuzione nei consultori e negli ambulatori di medicina generale)	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	12

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione della conoscenza	Competenze all'altezza delle sfide della contemporaneità	Alta formazione professionale	Divulgare le opportunità per i giovani offerte da percorsi di alta formazione.	Progettazione e diffusione di spot su radio e social media.	Giovani	Spot radio e comunicazione social	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre/ottobre 2020	2
La Regione della conoscenza	La Regione dei dati: efficienza e semplificazione	Dati geografici digitali a supporto del territorio	Promuovere e condividere strumenti cartografici digitali quale base di conoscenza del territorio per favorirne una gestione cooperativa.	Presentazione degli strumenti, dei dati e dei servizi cartografici digitali della Regione Emilia-Romagna.	Enti pubblici, Enti territoriali, Tecnici Professionisti, imprese che operano sul territorio.	Iniziativa pubblica (con modalità a distanza)	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Servizio statistica e sistemi informativi geografici	ottobre 2020	1
La Regione della conoscenza	La Regione dei dati: efficienza e semplificazione	Gli impatti socio-economici di Covid 19 e il monitoraggio della ripartenza	Condividere la conoscenza dei dati prodotti dalla statistica pubblica sugli impatti della pandemia sul territorio regionale e sulle dinamiche di ripartenza.	Azioni per la divulgazione di dati elaborati dal Sistema statistico nazionale e regionale a supporto delle politiche pubbliche. Sarà adottata una strategia comunicativa accessibile anche ad utenti non esperti.	Enti pubblici, cittadini, operatori, mass media	Iniziativa pubblica (con modalità a distanza)	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Servizio statistica e sistemi informativi geografici	Novembre/dicembre 2020	1
La Regione della conoscenza	Raccontiamo al mondo la nostra terra	Comunicazione Eventi Cultura	Promuovere le iniziative culturali (musica, teatro, festival ecc.) in programma da settembre 2020 a primavera 2021	Progettazione e produzione di spot e redazionali da diffondere in collaborazione con Radio RAI.	Cittadini	Spot radio, campagna socila	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Cultura e Giovani e Servizio Comunicazione, Promozione e coordinamento progetti europei	settembre 2020	6 mesi
La Regione della conoscenza	Stop al consumo di suolo e rigenerazione urbana	Campagna di comunicazione per la promozione e la divulgazione dei contenuti paesaggistici nel sistema della pianificazione urbanistica	Divulgare gli esiti del lavoro di adeguamento del Piano Territoriale Paesistico Regionale (PTPR) al Codice dei beni culturali e del paesaggio a supporto dell'elaborazione dei nuovi strumenti urbanistici e territoriali.	Produzione e diffusione di testi, elaborazioni grafiche, fotografiche e video e altro materiale divulgativo sui contenuti della nuova pianificazione paesaggistica regionale sviluppati contestualmente all'aggiornamento del PTPR.	Tecnici e amministratori comunali, professionisti, cittadini	Campagna integrata; iniziativa pubblica	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio pianificazione territ	settembre 2020	4
La Regione della conoscenza	Una nuova governance istituzionale	Rivista trimestrale 'Istituzioni del Federalismo'	Divulgare le politiche regionali sulle principali linee di riforma istituzionale e legislativa.	La rivista costituisce uno dei principali veicoli con cui la Giunta regionale dispiega, attraverso contributi scientifici, la cultura dell'amministrazione pubblica di qualità, aperta anche a confronti internazionali.	Politici e rappresentanti delle istituzioni locali e nazionali con ruoli di governo; dirigenti e funzionari della PA; studiosi del diritto e delle politiche pubbliche.	Prodotti editoriali, a stampa e digitali	Gabinetto del Presidente	Servizio riforme istituzionali, rapporti con la Conferenza delle Regioni e coordinamento della legislazione	settembre 2020	30

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione della sostenibilità	Agenda 2030	Sito Agenda 2030	Definire la strategia regionale per lo sviluppo sostenibile, l'attuazione e il monitoraggio dell'Agenda 2030	Realizzazione di un sito web per il monitoraggio del raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, che metta in connessione tutte le azioni della strategia di attuazione regionale del programma di mandato, in un'ottica di governance trasversale e le proposte di mondo del lavoro, società civile, terzo settore, università e centri di ricerca (Raccolta dati, monitoraggio e valutazione delle politiche attuate).	cittadini, istituzioni, sistema delle imprese, università e centri di ricerca, terzo settore	Sito web	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative (Rif. Vicepresidente Schlein)	dicembre 2020	48
La Regione della sostenibilità	Economia circolare	"CHI LI HA VISTI?" – 8° Edizione	Garantire informazione e trasparenza sulla raccolta differenziata e il riciclo dei rifiuti urbani. Sostenere ed incoraggiare i comportamenti virtuosi dei cittadini, coinvolgendoli nelle azioni strategiche della regione. Consolidare i concetti di "economia circolare" e "rifiuto come risorsa" anche ai fini di una ripartenza economica dopo l'emergenza sanitaria.	Riedizione della campagna di comunicazione, con aggiornamento dei dati, della grafica e dei prodotti editoriali. L'aggiornamento annuale e la distribuzione dei materiali della campagna di informazione e comunicazione consentono di coinvolgere in modo continuativo amministrazioni e cittadini sulle azioni da mettere in atto, sui risultati ottenuti e sugli obiettivi ancora da raggiungere.	Cittadini, tecnici e amministratori degli Enti locali.	Campagna integrata	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio Giuridico dell'ambiente, rifiuti, bonifica siti contaminati e servizi pubblici ambientali	ottobre 2020	10
La Regione della sostenibilità	Energie rinnovabili, plastic free	I portali ER Imprese e ER energia	Garantire un'informazione puntuale e aggiornata sulle politiche regionali di interesse per le attività produttive.	Gestione dei portali tematici ER Imprese e ER Energia.	Imprese, cittadini	Sito web	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	agosto 2020	12
La Regione della sostenibilità	Energie rinnovabili, plastic free	P.E.R GIOCO	Sensibilizzare la società regionale ai temi della green economy e dell'energia sostenibile.	Organizzazione di incontri con studenti e insegnanti per promuovere una partecipazione diffusa alla trasformazione green dell'economia e della società	Studenti e docenti delle scuole secondarie di secondo grado	Incontri nelle scuole (in presenza o da remoto)	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre 2020	3
La Regione della sostenibilità	Energie rinnovabili, plastic free	Piano energetico (titolo provvisorio)	Sensibilizzare la società regionale ai temi della green economy e dell'energia sostenibile.	Produzione di materiali divulgativi sulle azioni attuate dalla Regione per il risparmio energetico e la green economy. Partecipazione a Fiera Ecomondo.	Cittadini	Campagna integrata, iniziative pubbliche	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre 2020	3
La Regione della sostenibilità	La sicurezza del territorio	Sito amianto	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Lancio e promozione del sito tematico dedicato alle politiche e azioni regionali per il corretto smaltimento dei residui d'amianto.	Cittadini, imprese	Sito web	Cura della persona, salute e welfare	Prevenzione collettiva e sanità pubblica	ottobre 2020	n.d.
La Regione della sostenibilità	Parchi e aree protette: nuove governance e sinergie	Rivista Storie Naturali	Promuovere le Aree protette della Regione e consolidare una cultura in materia di conservazione naturale e di promozione dello sviluppo sostenibile.	Realizzazione di 3 numeri della rivista annuale 'Storie Naturali' - Rivista sulla conservazione della biodiversità e gestione delle Aree naturali protette.	Cittadini, tecnici ed enti amministratori delle Aree protette.	Prodotto editoriale (a stampa e digitale)	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio aree protette, foreste e sviluppo della motagna	novembre 2020- novembre 2021- novembre 2022-	si prevede un contratto di 3 anni per tre numeri
La Regione della sostenibilità	Qualificare il lavoro in Sanità	Campagna contro le aggressioni agli operatori sanitari	Prevenire le aggressioni agli operatori sanitari, per migliorare la qualità del lavoro e dell'assistenza sanitaria.	Produzione di materiali divulgativi per la prevenzione delle aggressioni agli operatori sanitari, per coniugare salute e sicurezza dei lavoratori con salute e sicurezza dei pazienti.	Cittadini, operatori dei servizi sanitari	Campagna social e web	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Assistenza Ospedaliera	da definire	n.d.
La Regione della sostenibilità	Tutela delle acque, dell'aria e del patrimonio geologico	Campagna Piano Aria Integrato Regionale (PAIR2020) – Liberiamo l'aria	Sensibilizzare la popolazione sulle misure e azioni previste dal PAIR2020 che impattano sulle loro attività quotidiane.	Informazione capillare sulle misure di risanamento della qualità dell'aria previste dal PAIR2020 per l'autunno – inverno 2020/2021: limiti e divieti alla circolazione dei veicoli diesel euro 4 ed euro 5 dal 1° ottobre 2020 al 31 marzo 2021; limitazioni di utilizzo di biomassa per il riscaldamento ad uso civile; misure per il risparmio energetico.	Cittadini, Comuni (misure PAIR), imprese, attività commerciali, agricoltori, concessionari/case produttrici di auto	Campagna integrata	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio tutela e risanamento acqua, aria e agenti fisici	agosto 2020	8
La Regione della sostenibilità	Tutela delle acque, dell'aria e del patrimonio geologico	Ideazione, progettazione e realizzazione di un quaderno didattico nell'ambito del progetto PREPAIR	Rafforzare la consapevolezza di studenti e cittadini sulle tematiche di qualità dell'aria.	Produzione di un quaderno didattico dedicato alle esperienze di educazione ambientale nelle scuole del territorio regionale realizzate nell'ambito del progetto PREPAIR.	Studenti delle scuole primaria e secondarie, docenti ed esperti di educazione ambientale	Quaderno, nei formati per la stampa e per il web	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio tutela e risanamento acqua, aria e agenti fisici	novembre 2020	2
La Regione della sostenibilità	Tutela delle acque, dell'aria e del patrimonio geologico	Il corretto utilizzo delle biomasse .	Diffondere una maggiore consapevolezza sulle emissioni inquinanti generate dall'utilizzo di stufe e caminetti, sulle diverse tipologie di dispositivi esistenti e sulle corrette modalità di utilizzo e manutenzione degli apparecchi.	Produzione di materiali, iniziative di informazione ed educazione nell'ambito del progetto PREPAIR.	Cittadini, in particolare coloro che utilizzano stufe e caminetti	incontri pubblici sul territorio, fruibili anche via web (es. webinar, dirette streaming); prodotti a stampa e multimediali; spot video, infografiche.	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio tutela e risanamento acqua, aria e agenti fisici	settembre 2020	4

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione della sostenibilità	Tutela delle acque, dell'aria e del patrimonio geologico	Il progetto PREPAIR	Promuovere la conoscenza dei contenuti e delle finalità del progetto PREPAIR, in linea con le direttive del Programma Life dell'Unione Europea di finanziamento al progetto.	Realizzazione di materiale divulgativo sulle azioni promosse dal progetto, ad esempio in tema di mobilità ciclistica o di efficienza energetica, etc.	Cittadini del territorio regionale e di Bacino Padano	Opuscoli e manifesti (versioni a stampa e per il web), infografiche, spot video.	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio tutela e risanamento acqua, aria e agenti fisici	ottobre 2020	3

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione della sostenibilità	Un grande polmone verde per l'Italia	Campagna: Quattro milioni e mezzo di alberi in più . Un albero per ogni abitante dell'Emilia-Romagna.	Incrementare le superfici boscate, specialmente nelle aree pianeggianti, perché fungano da polmoni verdi nelle città e nei corridoi naturali.	Ideazione, progettazione e realizzazione di una campagna di comunicazione con il coinvolgimento dei CEAS e di tutto il mondo associativo legato ai temi della sostenibilità ambientale. Primo step: consegna ai cittadini di alberi da piantumare autonomamente.	Cittadini e enti pubblici, associazioni	Campagna integrata	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Direzione generale	ottobre 2020	3 <i>(da Programm a biennale)</i>
La Regione della sostenibilità	Un nuovo patto per il lavoro e il clima	Rapporto sullo stato della cooperazione	Presentazione pubblica del rapporto biennale sullo stato della Cooperazione.	Elaborazione e pubblicazione del rapporto biennale sullo stato della cooperazione, sulle relative prospettive di sviluppo e sulle iniziative svolte in applicazione della L.R. n.6/2006.	Imprese	Prodotto editoriale (versione a stampa e web), iniziativa pubblica	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Qualificazione delle Imprese	settembre 2020	2
La Regione della sostenibilità	Una mobilità sostenibile e green	Campagna di informazione e educazione a tutela degli utenti deboli della strada	Sensibilizzare su comportamenti e situazioni di circolazione a rischio, al fine di promuovere comportamenti di guida sicura per il rispetto degli utenti della strada.	Ideazione, progettazione e realizzazione di materiali di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione.	Tutti gli utenti della strada	Campagna integrata, eventi pubblici	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio viabilità, logistica e	ottobre 2020	3 <i>(da Programm a biennale)</i>
La Regione della sostenibilità	Una mobilità sostenibile e green	Campagna di informazione ed educazione sul rispetto delle norme del codice della strada e contro la distrazione alla guida.	Sensibilizzare su comportamenti e situazioni di circolazione maggiormente a rischio, al fine di promuovere comportamenti di guida senza distrazione.	Ideazione, progettazione e realizzazione di materiali di comunicazione e iniziative di sensibilizzazione.	Tutti gli utenti della strada	Iniziative pubbliche (con modalità compatibili con l'evoluzione dell'emergenza sanitaria), spot video, campagna social	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio viabilità, logistica e	ottobre 2020	3 <i>(da Programm a biennale)</i>
La Regione della sostenibilità	Una mobilità sostenibile e green	Ciclovía VEN-TO	Disseminare i risultati del progetto VENTO per promuovere la cultura della ciclabilità in un'ottica di sostenibilità ambientale in sicurezza e per migliorare l'accessibilità alla ciclovía.	L'iniziativa si colloca nell'ambito della partecipazione di Regione Emilia-Romagna al progetto VENTO, in coordinamento con la Regione Lombardia e gli enti locali (Piacenza e Ferrara) assegnatari dei contributi regionali .	Cittadini	Eventi sul territorio; video-schede e infografiche; diffusione su siti web e social media.	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio trasporto pubblico e mobilità sostenibile	ottobre 2020	3

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione delle opportunità	Architettura dell'innovazione: dare alle arti gli spazi che meritano	La Regione per i beni culturali (titolo provvisorio)	Promuovere le opportunità di finanziamento per la riqualificazione di teatri e beni culturali messe a disposizione dalla Regione	Realizzazione e produzione di brochure e video	Amministrazioni comunali, cittadini, pubblico generico	Prodotti editoriali, a stampa e digitali	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Cultura e Giovani e Servizio Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre 2020	indefinita
La Regione delle opportunità	Contro le discriminazioni	Contrasto e prevenzione della violenza contro le donne e i minori	Rafforzare la sensibilità collettiva per il contrasto alle discriminazioni e alla violenza di genere	Ideazione e realizzazione di spot video sui temi delle pari opportunità e del contrasto alla violenza di genere.	Cittadini, stakeholder	Video	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative (Rif. Assessora Lori)	settembre/ottobre 2020	12
La Regione delle opportunità	Diritto all'informazione	TOUCH SCREEN (Stazione AV Bologna)	Divulgare le azioni effettuate dalla Regione nei settori attività produttive, turismo, cultura, scuola, energia, ricerca	Revisione grafica della mappa e aggiornamento ed implementazione delle informazioni.	Cittadini, turisti	Touch screen stazione AV Bologna	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	agosto 2020	12
La Regione delle opportunità	Economia circolare	Ecomondo	Promuovere le politiche e gli interventi regionali in materia di economia circolare.	Produzione e distribuzione di materiali informativi e promozionali.	Cittadini, operatori del settore in visita a Ecomondo	Video, brochure, gadget.	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio affari generali e funzioni trasversali	ottobre 2020	1
La Regione delle opportunità	Economia solidale e innovazione sociale	Premio Innovatori Responsabili 2020 - VI edizione	Valorizzare le migliori pratiche di innovazione responsabile realizzate in regione.	Il premio intende valorizzare le azioni realizzate da imprese, associazioni e scuole che operano in Emilia-Romagna, coerenti con gli obiettivi di sostenibilità indicati nell'Agenda 2030. Nell'edizione 2020 verrà dato risalto alle innovazioni realizzate in risposta all'emergenza Covid-19 per favorire la resilienza del sistema economico sociale regionale.	Imprese, Associazioni di imprese, Scuole superiori di 2° grado, Università, Professionisti	Materiali video, evento pubblico	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Qualificazione delle Imprese	settembre 2020	4
La Regione delle opportunità	Educazione alimentare e lotta allo spreco	Giornata dell'alimentazione in fattoria 2020	Promuovere la conoscenza dell'agricoltura e del contesto rurale regionale, dei prodotti agroalimentari di qualità e delle tecniche produttive in occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione	Realizzazione di materiale informativo e di promozione dell'evento: ideazione immagine coordinata e layout grafici, aggiornamento del sito web dedicato, gestione della pagina Facebook "Fattorie aperte Emilia-Romagna".	Cittadini, imprese del settore agroalimentare	Campagna integrata	Agricoltura, caccia e pesca	Servizio Innovazione, qualità, promozione e internazionalizzazione del sistema agroalimentare	settembre 2020	2
La Regione delle opportunità	Emilia-Romagna polo della creatività in Italia	Destinazione Cinema	Valorizzare la Regione Emilia-Romagna quale destinazione per le produzioni audiovisive nazionali ed internazionali, promuovere le opere e le iniziative finanziate con Fondo per l'Audiovisivo, promuovere le risorse territoriali ed umane della filiera cinema.	Ridefinizione dell'immagine grafica e posizionamento su riviste di settore, creazione di materiale promozionale/informativo ad hoc per la partecipazione ad appuntamenti internazionali. Implementazione e aggiornamento del sito dedicato.	Imprese di produzione cinematografica, anche internazionali, operatori della filiera del cinema, pubblico generico	Campagna integrata, eventi pubblici	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Servizio Cultura e Giovani	settembre 2020	9
La Regione delle opportunità	In Emilia-Romagna vince lo sport	Emilia-Romagna Sport Valley	Promuovere la pratica sportiva come strumento di integrazione sociale, promozione del territorio, educazione a stili di vita sani.	Azioni di promozione del sistema sportivo di base, di sostegno a progetti di educazione a sani stili di vita, di promozione di grandi eventi sportivi come fattori di attrattività del territorio.	Cittadini, sistema delle imprese, associazioni, istituzioni ed enti locali	Campagna integrata	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	settembre 2020	16
La Regione delle opportunità	Investire sulle potenzialità delle aree interne	Conoscere le aree interne	Divulgare e promuovere le azioni della Strategia regionale per le aree interne	Collana di brochure - (Già realizzato numero dedicato al Basso Ferrarese).	Pubblico generico	Opuscolo, nei formati a stampa e per il web	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Coordinamento delle politiche europee, programmazione, cooperazione, valutazione	settembre 2020	4
La Regione delle opportunità	La Regione dei dati: efficienza e semplificazione	Il Piano di Trasformazione digitale	Informare i diversi stakeholder sulle azioni di trasformazione digitale introdotte e sull'impatto generato	Elaborazione e sviluppo del piano di comunicazione della trasformazione digitale della RER.	Cittadini, altre PA, imprese, stakeholder	Infografiche, infomappe, social card e altri strumenti per comunicazione digitale	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Direzione generale	settembre 2020	12
La Regione delle opportunità	La scuola e il territorio crescono insieme	OLTRAPE RER	Divulgare le azioni formative realizzate dalla Regione e effettuare indagine d'opinione sul rapporto giovani, scuola e formazione.	Progettazione e produzione di un format radiofonico con la partecipazione diretta di giovani di tutto il territorio regionale (in collaborazione con Radioimmaginaria).	Giovani	Format radio, collegamenti con TG3	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	luglio/agosto 2020	20 giorni

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione delle opportunità	Promozione e tutela dei prodotti a denominazione di origine	Speciale 'Agricoltura'	Promuovere l'agricoltura regionale di qualità e le sue eccellenze agroalimentari.	Realizzazione di un prodotto editoriale di informazione e approfondimento ('Speciale Agricoltura Emilia-Romagna'), da realizzare e diffondere in collaborazione con società specializzata in progetti di comunicazione integrata su canali sia tradizionali che digitali.	Cittadini, imprenditori agricoli, associazioni professionali, centri di ricerca	Prodotti editoriali, a stampa e digitali	Direzione generale Agricoltura, caccia e pesca	Servizio Innovazione, qualità, promozione e internazionalizzazione del sistema agroalimentare	ottobre 2020	24

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione delle opportunità	Ridurre le disuguaglianze e realizzare nuovi servizi di prossimità	Al nido in regione: Abbattimento rette	Promuovere le misure regionali per l'abbattimento delle rette per l'accesso ai nidi a carico delle famiglie.	Realizzazione di una campagna di comunicazione multimediale.	Famiglie/cittadini	Campagna integrata	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative (Rif. Vicepresidente Schlein)	settembre 2020	6
La Regione delle opportunità	Ridurre le disuguaglianze e realizzare nuovi servizi di prossimità	Azioni e progetti regionali per i cittadini stranieri	Comunicare le politiche regionali con nuovi linguaggi da affiancare a quelli più istituzionali.	Realizzazione di graphic novel animate in video multilingue per web/social su azioni e progetti regionali per stranieri.	Cittadini di nazionalità non italiana e loro organismi rappresentativi	Video	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche per l'integrazione sociale, il contrasto alla povertà e Terzo settore Rif. Vicepres Elly Schlein	settembre 2020	6
La Regione delle opportunità	Ridurre le disuguaglianze e realizzare nuovi servizi di prossimità	La risposta di RER e società civile all'emergenza Covid	Comunicare le politiche regionali con nuovi linguaggi da affiancare a quelli più istituzionali.	Realizzazione di 4 video per web/social su tematiche specifiche (microstorie biografiche esperienze e testimonianze di uscita dall'emergenza Covid-19, con collaborazione terzo settore, Patto per il lavoro e per il clima, Riapertura centri estivi, servizi educativi ed interventi di conciliazione, lotta alle disuguaglianze...).	Cittadini	Video	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative - Servizio Politiche per l'integrazione sociale, il contrasto alla povertà e Terzo settore	ottobre 2020	6
La Regione delle opportunità	Ridurre le disuguaglianze e realizzare nuovi servizi di prossimità	Regione vicina	Promuovere la conoscenza delle politiche regionali e l'accesso ai servizi a favore della collettività.	Realizzazione di mappe georeferenziate dinamiche con riferimenti di servizi e risorse sociali di prossimità per i cittadini, da utilizzare su siti web.	Cittadini	Mappe georeferenziate	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative - Servizio Politiche per l'integrazione sociale, il contrasto alla povertà e Terzo settore (Rif. Vicepresidente Schlein)	ottobre 2020	tutto il mandato
La Regione delle opportunità	Ridurre le disuguaglianze e realizzare nuovi servizi di prossimità	Uffici di prossimità	Informare i cittadini e le comunità sugli uffici di prossimità e le loro competenze.	Sviluppare il piano di comunicazione del progetto "DigIT-ER" finanziato nell'ambito del Pon Governance 2014-2020.	Cittadini, decisori politici, tecnici di settore (servizi sociali, sanità e giustizia), pubblico in genere	Prodotti a stampa, video, comunicazione sul web	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Coordinamento delle politiche europee, programmazione, cooperazione, valutazione	settembre 2020	34
La Regione delle opportunità	Sviluppo e sostenibilità dell'economia ittica	Progetto Interreg Italy- Croatia "Prizefish" . Ridefinizione di filieri eco-innovative nel settore della pesca per la commercializzazione di prodotti ittici dell'Adriatico a maggiore valore aggiunto	Promuovere nuove conoscenze per la produzione, il confezionamento e la commercializzazione/distribuzione, lo sviluppo di filiere per i prodotti ittici dell'Adriatico al fine di conferire un maggiore valore aggiunto al settore della pesca.	Realizzazione di materiale informativo e di promozione dell'iniziativa, a partire da ideazione immagine coordinata e layout grafici, gestione e aggiornamento sito e profili social dedicati.	Imprese del settore ittico, stakeholders, cittadini	Campagna integrata	Agricoltura, caccia e pesca	Servizio Innovazione, qualità, promozione e internazionalizzazione del sistema agroalimentare	primo semestre 2020	12
La Regione delle opportunità	Sviluppo e sostenibilità dell'economia ittica	Progetto Interreg Italy-Croatia 'Adrismartfish'	Promuovere la conoscenza della piccola pesca artigianale, dei prodotti ittici regionali di qualità, delle tecniche e modalità di pesca non invasive e sostenibili, del contesto costiero regionale.	Realizzazione di materiale informativo e di promozione dell'iniziativa, a partire da ideazione immagine coordinata e layout grafici, gestione e aggiornamento sito e profili social dedicati.	Cittadini	Campagna integrata	Agricoltura, caccia e pesca	Servizio Innovazione, qualità, promozione e internazionalizzazione del sistema agroalimentare	primo semestre 2020	24
La Regione delle opportunità	Una mobilità sostenibile e green	Mi Nuovo Gratis - under 14: accesso gratuito ai servizi di trasporto pubblico per gli studenti dai 6 -13 anni	Disseminare la cultura dell'uso del trasporto pubblico a favore della sostenibilità ambientale e come misura di aiuto alle famiglie.	L'iniziativa si colloca nell'ambito del sostegno dato dalla Regione Emilia-Romagna con aiuto concreto alle famiglie e misure a favore dell'ambiente.	Studenti under 14 e famiglie	Campagna integrata	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio trasporto pubblico e mobilità sostenibile	agosto 2020	5
La Regione delle opportunità	Una mobilità sostenibile e green	Numero verde "Mi nuovo"	Garantire un'informazione trasparente, puntuale, diffusa ed accessibile sul sistema tariffario regionale del servizio di trasporto pubblico.	Attivazione e gestione del numero verde dedicato per garantire un'informazione trasparente, puntuale e accessibile sul sistema tariffario regionale del servizio di trasporto pubblico.	Utenti del servizio di trasporto pubblico	Numero dedicato, divulgato attraverso il web e gestito da operatori adeguatamente formati	Cura del Territorio e dell'Ambiente	Servizio trasporto pubblico e mobilità sostenibile	gennaio 2021	24
La Regione delle opportunità	Una nuova governance istituzionale	Avvio del Programma di Riordino Territoriale (PRT)	Promuovere la conoscenza del nuovo Programma di Riordino Territoriale (PRT), che prevede finanziamenti per le Unioni di Comuni e che si rinnova ogni 3 anni.	Si prevede l'organizzazione di un'iniziativa pubblica, con l'utilizzo anche di strumenti a distanza, per presentare programmazione 2021, che sarà finalizzata al supporto alle Unioni nella "ripartenza" dei territori.	Enti pubblici, cittadini, operatori	Iniziativa pubblica (Giornata del PRT)	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Servizio Riordino, Sviluppo istituzionale e territoriale, Partecipazione	Ottobre-Novembre 2020	0,5
La Regione delle opportunità	Una nuova governance istituzionale	Lancio attività ITALIAE	Promuovere la conoscenza del programma ITALIAE, che mette a disposizione delle Unioni di Comuni risorse per l'efficientamento degli, anche nell'ambito della ripartenza dei territori.	Progettazione e realizzazione di uno o due webinar	Enti pubblici, operatori	Webinar	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Servizio Riordino, Sviluppo istituzionale e territoriale, Partecipazione	Luglio-settembre 2020	0,5
La Regione delle opportunità	Una Regione di pari opportunità	Promozione delle politiche in tema di pari opportunità	Promuovere gli interventi regionali e valorizzare le collaborazioni fra le diverse istituzioni regionali attive su questi temi.	Progettazione e realizzazione di infografiche e altri materiali multimediali.	Cittadini, operatori e stakeholder	Data visualization	Cura della persona, salute e welfare	Servizio Politiche sociali e socio educative (Rif. Assessora Lori)	novembre 2020	5

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione delle opportunità	Una Regione Europea	Verso la nuova programmazione europea	Promuovere la partecipazione al processo di programmazione europea 2021-2027.	Organizzazione di un processo partecipativo per la condivisione degli indirizzi e delle scelte della nuova programmazione europea 2021-2027.	Imprese, enti e associazioni di categoria	Incontri in presenza o on line (percorso partecipativo)	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	da fine luglio a ottobre 2020	tre

Mappa dei progetti per temi

Linee strategiche	Obiettivo programma di mandato	Titolo progetto	Obiettivo	Descrizione (in breve)	Destinatari	Strumenti	Direzione generale proponente	Agenzia/Servizio referente	Data prevista per il lancio del progetto	Durata (in mesi)
La Regione delle opportunità	Una Regione Europea e proiettata del mondo	I progetti di cooperazione internazionale della RER	Informare gli operatori del settore sulle caratteristiche degli interventi (Paesi, settori e progettualità) in corso e realizzati.	Collana di brochure: realizzato il volume sui progetti avviati nel 2019, in corso di aggiornamento il volume sui progetti del Mozambico.	tecnici del settore, pubblico generico	Opuscolo, nei formati a stampa e per il web (sito 'Fondi Europei')	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Coordinamento delle politiche europee, programmazione, cooperazione, valutazione	settembre 2020	Tutto l'anno
La Regione delle opportunità	Una Regione Europea e proiettata nel mondo	L'Europa è qui	Coinvolgere i beneficiari dei finanziamenti europei - Por Fesr e Por Fse - nella rendicontazione dei risultati, mostrando concretamente le ricadute dei progetti.	Organizzazione di un concorso aperto ai beneficiari dei Fondi Europei, per la presentazione di materiali da pubblicare online e da utilizzare per la rendicontazione dei risultati.	Stakeholder e cittadini	Prodotti multimediali: video, infografiche, foto, schede informative, ecc.	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	giugno 2020	6 mesi per il concorso
La Regione delle opportunità	Una Regione Europea e proiettata nel mondo	Piano di comunicazione della Cooperazione territoriale europea	Rendicontare e divulgare le attività svolte nel periodo di programmazione 2014-20 e prospettare linee d'azione future.	Elaborazione di un report per uso interno alla Rer e per i tecnici del settore, corredato da infografiche e grafici. Realizzazione di video-pillole sui risultati con brevi interviste ai partner di alcuni progetti selezionati. Organizzati uno o più eventi di presentazione e condivisione dei risultati (in presenza o a distanza).	Decisori politici, tecnici di settore, pubblico generico	Opuscolo (versione a stampa e digitale), infografiche, video, eventi	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Coordinamento delle politiche europee, programmazione, cooperazione, valutazione	giugno 2020	7
La Regione delle opportunità	Una Regione Europea e proiettata nel mondo	Relazione della cooperazione internazionale 2019 e 2015-2019	Rendicontare e divulgare le attività svolte nei diversi Paesi e ambiti di intervento.	Elaborazione e produzione di testi, grafici, infografiche.	Consiglieri regionali e rappresentanti delle istituzioni, tecnici del settore, cittadini, stakeholder	Opuscolo, nei formati a stampa e per il web (sito 'Fondi Europei')	Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni	Coordinamento delle politiche europee, programmazione, cooperazione, valutazione	luglio 2020	Tutto l'anno
La Regione delle opportunità	Più attrattività e competitività per le imprese	Imprese aperte	Promuovere e valorizzare il sistema regionale delle imprese, per attrarre talenti e sostenerne lo sviluppo.	Realizzazione di video dedicati a esperienze di impresa significative per innovazione e qualità.	Cittadini, imprese	Video, sito web dedicato ('Imprese')	Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa	Comunicazione, promozione e coordinamento progetti europei	settembre/ottobre 2020	i video rimarranno nel sito ERimprese
La Regione delle opportunità	Raccontiamo al mondo la nostra terra	Sviluppo e promozione dell' Archivio Fotografico Regionale 'FotoreportER'	Promuovere il patrimonio ambientale, culturale e turistico regionale	Servizi specializzati di produzione e trattamento di immagini fotografiche digitali ad alta definizione, da utilizzare per fini di comunicazione istituzionale.	Cittadini, imprese, enti territoriali, associazioni	Servizi fotografici	Gabinetto del Presidente	Agenzia di informazione e comunicazione	settembre 2020	16

REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Atti amministrativi

GIUNTA REGIONALE

Giuseppe Pace, Direttore AGENZIA DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE esprime, ai sensi dell'art. 37, quarto comma, della L.R. n. 43/2001 e della deliberazione della Giunta Regionale n. 2416/2008 e s.m.i., parere di regolarità amministrativa di legittimità in relazione all'atto con numero di proposta GPG/2020/1083

IN FEDE

Giuseppe Pace

REGIONE EMILIA-ROMAGNA
Atti amministrativi

GIUNTA REGIONALE

Andrea Orlando, Capo di GABINETTO DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA esprime, ai sensi dell'art. 37, quarto comma, della L.R. n. 43/2001 e della deliberazione della Giunta Regionale n. 2416/2008 e s.m.i., parere di regolarità amministrativa di merito in relazione all'atto con numero di proposta GPG/2020/1083

IN FEDE

Andrea Orlando

REGIONE EMILIA-ROMAGNA
Atti amministrativi
GIUNTA REGIONALE

Delibera Num. 1056 del 24/08/2020

Seduta Num. 33

OMISSIS

L'assessore Segretario

Corsini Andrea

Servizi Affari della Presidenza

Firmato digitalmente dal Responsabile Roberta Bianchedi