

# REGIONE EMILIA-ROMAGNA

## Atti amministrativi

### GIUNTA REGIONALE

Delibera Num. 395 del 20/03/2023

Seduta Num. 11

**Questo** lunedì 20 **del mese di** Marzo  
**dell' anno** 2023 **si è riunita in** via Aldo Moro, 52 BOLOGNA

**la Giunta regionale con l'intervento dei Signori:**

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

**Funge da Segretario l'Assessore:** Corsini Andrea

**Proposta:** GPG/2023/402 del 09/03/2023

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

**Assessorato proponente:** PRESIDENZA DELLA GIUNTA REGIONALE

**Oggetto:** PIANO DI COMUNICAZIONE 2023 (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

Richiamati:

- 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”*;

- 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’*, ed in particolare l'art. 9 *‘Comunicazione istituzionale’*, che definisce obiettivi, contenuti e strumenti dell'attività di comunicazione istituzionale della Regione;

Vista la propria deliberazione n. 73/2023, 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'attività di comunicazione istituzionale contribuisce alla promozione di cultura dell'amministrazione pubblica al servizio al cittadino e orientata al risultato, 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;

- la comunicazione istituzionale della Regione Emilia-Romagna deve promuovere la conoscenza dell'attività legislativa, amministrativa e di programmazione della Regione, con l'obiettivo di migliorare la conoscenza dei servizi pubblici, per favorirne l'accesso e di aumentare l'efficacia degli interventi regionali nei diversi ambiti di azione: 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;

- un sistema integrato di comunicazione deve essere patrimonio comune a tutte le strutture regionali, che devono dividerne 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;

Considerato inoltre che:

- l'attività di comunicazione è di supporto all'elaborazione e all'attuazione delle politiche pubbliche e deve pertanto raccordarsi con le priorità strategiche dell'azione del governo regionale, delineate nel 'Programma di mandato 2020-2025' presentato il 9 giugno 2020 all'Assemblea legislativa regionale e nei documenti di programmazione adottati annualmente;

- il '*Patto per il Lavoro e per il Clima*', sottoscritto il 15 dicembre 2020 fra l'Amministrazione regionale e 55 organismi rappresentativi delle diverse articolazioni della società regionale (enti locali, sindacati, imprese, scuola, atenei, associazioni, Terzo settore e volontariato, professioni, Camere di commercio e banche) delinea la cornice strategica e le direttrici di un progetto di rilancio e sviluppo dell'Emilia-Romagna fondato sulla sostenibilità, verso cui orientare risorse e interventi, urgenti e strutturali;

- il 'Piano di comunicazione' deve individuare il quadro complessivo delle attività di comunicazione programmate dalle strutture regionali, da mettere a sistema attraverso il coordinamento dell'Agenzia di informazione e comunicazione, e definire le strategie e le priorità nella programmazione delle iniziative nei limiti delle risorse individuate dalle leggi di bilancio;

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 di un approccio metodologico improntato alla condivisione di obiettivi e strumenti dell'attività di comunicazione e all'integrazione fra le azioni da attivare e le priorità strategiche individuate nel programma di mandato e nei documenti annuali di programmazione;

- 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 dovranno essere oggetto di preliminare confronto e condivisione fra l'Agenzia di informazione e comunicazione e le singole strutture regionali proponenti;

- 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;

Visti:

- il D. Lgs. 23 giugno 2011, n. 118, "Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42";

- la legge regionale n. 40/2001 "Ordinamento contabile della Regione Emilia-Romagna, abrogazione delle L.R. 6 luglio 1977, n.31 e 27 marzo 1972, n.4" per quanto applicabile;

- la legge regionale del 27/12/2022, n.23 "*Disposizioni collegate alla legge regionale di stabilità per il 2023*";

- la legge regionale del 27/12/2022, n.24 "*Disposizioni per la formazione del bilancio di previsione 2023-2025 (legge di stabilità regionale 2023)*";

- la legge regionale del 27/12/2022, n.25 "*Bilancio di previsione della Regione Emilia-Romagna 2023-2025*";

- la propria deliberazione n. 2357 del 27/12/2022 *“Approvazione del documento tecnico di accompagnamento e del bilancio finanziario gestionale di previsione della regione Emilia-Romagna 2023-2025”*;

- le proprie deliberazioni n. 968 del 13/06/2022 e n. 1845 del 2/11/2022 di approvazione del DEFR 2023-2025 e della relativa nota di aggiornamento;

Verificato che le iniziative di comunicazione inserite nel Piano rispondono alle priorità definite nel Programma di mandato e nel DEFR 2023;

Valutato pertanto di condividere l’approccio strategico e organizzativo delineato nella proposta di ‘Piano della Comunicazione 2023’, presentata dal direttore dell’Agenzia di informazione e comunicazione, allegata al presente atto quale 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”* e s.m.i. , e in particolare l’art. 12;

- la propria deliberazione n. 771/2021 che conferisce fino al 31/05/2024 l’incarico di Responsabile della Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza (RPCT) per le strutture della Giunta della Regione Emilia-Romagna e degli Istituti e Agenzie regionali, di cui all’art. 1 comma 3 bis, lett. b) della L.R. n. 43 del 2001;

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.;

- le proprie deliberazioni:

- n. 468/2017 *“Il sistema dei controlli interni nella Regione Emilia-Romagna”*;
- n. 324/2022 *“Disciplina organica in materia di organizzazione dell’Ente e gestione del personale”*
- n. 1846/2022 *“Piano integrato delle attività e dell’organizzazione 2022-2024”*;
- n. 229/2020 di nomina, tra gli altri, del Capo di Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale e 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 regionale

A voti unanimi e palesi

## **DELIBERA**

1) Di approvare il programma delle iniziative di comunicazione della Giunta regionale per l’anno 2023, di cui all’allegato ‘Piano della comunicazione 2023’, 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 preliminare 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 2023-2025 di cui alla L.R. n. 21/2021 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.



IL DIRETTORE  
**GIUSEPPE PACE**

## **PIANO DELLA COMUNICAZIONE 2023**

La **comunicazione istituzionale** è centrale. E lo è ancora di più, per la Regione, in una fase di transizione come quella che sta vivendo il Paese, in uscita dagli anni durissimi della pandemia e dell'emergenza sanitaria e alle prese con realizzazione del Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR), il più grande programma di investimenti pubblici nella storia della Repubblica italiana, che in Emilia-Romagna vede già stanziamenti per oltre 6 miliardi di euro.

Dunque, da una parte la possibilità – e il dovere – di ricostruire, dall'altra le risposte da dare a nuove difficoltà sociali, si pensi all'inflazione tornata a livelli record che colpisce cittadini, famiglie e imprese, in un contesto caratterizzato dalla guerra in Ucraina, con il suo carico di sofferenze e rivolgimenti internazionali.

Papa Francesco nel messaggio diffuso il 27 gennaio 2023 in occasione della 57<sup>a</sup> Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, esorta chi fa informazione "a **ricercare e raccontare la verità** con coraggio e libertà, poiché la verità unisce e un dialogo secondo verità può costruire fiducia nella comunità". Una fiducia che ha bisogno di "**comunicatori non arroccati, ma audaci e creativi** pronti a rischiare per trovare un terreno comune dove incontrarsi".

Il nostro lavoro, quello di giornalisti e comunicatori, deve continuare a essere uno su tutti: **raccontare questi anni di profonda trasformazione**. E il percorso per fare dell'Emilia-Romagna una regione della piena sostenibilità sociale, ambientale ed economica, indicato nel programma di mandato della Giunta.

La comunicazione istituzionale deve **accompagnare e supportare** l'elaborazione delle politiche pubbliche e la loro traduzione in norme, servizi, opportunità per la comunità regionale.

Assumendo come punto di riferimento gli obiettivi individuati nei documenti regionali di programmazione: transizione ecologica e digitale, scuola, formazione e nuove competenze, sanità territoriale, inclusione sociale, lavoro e crescita sostenibile, piena parità di genere, protagonismo delle nuove generazioni e attrattività di talenti, ricucitura delle disuguaglianze territoriali, cultura ed economia della creatività. Obiettivi, e un'idea di società, che sono stati condivisi con tutti i firmatari del **Patto per il Lavoro e per il Clima**.

\*\*\*\*\*

Il Piano di comunicazione 2023 si sviluppa in coerenza con queste priorità. Attraverso una attività che punta a:

- un **rafforzamento dell'identità** e del senso di appartenenza che avvicini l'Ente alla comunità regionale;
- realizzare una **informazione autorevole, attendibile e "di servizio"**, integrata con il processo di formazione e attuazione delle politiche pubbliche per garantire l'accesso a servizi e opportunità.

Il Piano diventa così uno strumento indispensabile anche per **l'innovazione dell'amministrazione**, che accresce i propri livelli di trasparenza e li garantisce attraverso l'utilizzo integrato dei diversi canali, digitali e no, con un approccio di esplorazione e sperimentazione di linguaggi e piattaforme, che garantisce aggiornamenti continui.

Per affrontare la complessità e varietà dei temi da comunicare, occorre una strategia di comunicazione che valorizzi la trasversalità, **mettendo "a sistema" tutti i progetti e le iniziative di comunicazione**.

L'obiettivo è quello di restituire alla comunità regionale un racconto coordinato, completo, multicanale ed efficace, che faciliti al massimo la conoscenza e l'accesso alle opportunità che l'ecosistema regionale offre (finanziamenti, contributi, bandi, opportunità di inserimento e crescita). **Un racconto corale**, che superi i confini fra le aree, le titolarità e diventi a **una sola voce**, riconoscibile e autorevole: quella della Regione Emilia-Romagna più che di singole parti. Il consolidamento della reputazione di un'istituzione pubblica come la Regione passa infatti anche da una sempre maggiore qualità dell'azione comunicativa, che deve tenere insieme trasparenza e accuratezza, così da poterne misurare l'impatto anche in termini di verità.

In questo contesto, l'Agenzia di informazione e comunicazione riconferma il proprio impegno prioritario verso la progettazione e il coordinamento di campagne integrate, di medio-lungo periodo, su alcuni temi forti dell'azione regionale, riconducibili agli obiettivi di cambiamento indicati nell'agenda istituzionale. Sarà intensificato anche l'impegno a collaborare con le strutture del sistema regionale più impegnate sul versante della ricerca, dell'innovazione, della trasformazione digitale, da Art-ER a Lepida, per garantire anche in questo caso un miglior coordinamento fra le diverse iniziative di comunicazione e potenziarne così l'efficacia.

I progetti più settoriali potranno essere realizzati dalle singole direzioni, attraverso risorse dedicate, con un coordinamento dell'Agenzia - su contenuti, tono e stile della comunicazione - per garantire coerenza e riconoscibilità alle diverse azioni. E' confermata quindi l'applicazione del format di comunicazione del mandato 2020-2025 a tutte le campagne di comunicazione, sia di portata regionale che su ambiti più settoriali, a cui si affiancherà anche la definizione di indirizzi per la comunicazione web e social.

Il coordinamento della comunicazione regionale è garantito dalla **Mappa dei progetti**, definita dall'Agenzia di informazione e comunicazione insieme alle Direzioni generali: queste ultime hanno presentato proposte e progetti per l'anno in corso, l'Agenzia ha valutato efficacia e coerenza rispetto ai documenti di programmazione approvati dalla Giunta, eliminato le possibili sovrapposizioni, organizzato le proposte secondo aree tematiche definite. Il risultato è un elenco completo e ragionato di iniziative di comunicazione, già in corso o da avviare nel 2023, organizzato secondo gli obiettivi strategici del Patto per

il Lavoro e il Clima – **Diritti e doveri; Conoscenza e Saperi; Lavoro, Imprese e Opportunità; Transizione ecologica** – e con una sezione iniziale dedicata ai progetti strategici, trasversali a diversi ambiti.

Una forte programmazione che permette di lavorare al meglio e di assorbire il bisogno di fare comunicazione su temi, urgenze, emergenze che dovessero sorgere nel corso dell'anno.

\*\*\*\*\*

La comunicazione della Regione terrà insieme l'informazione istituzionale e di servizio e **il racconto di una comunità** tuttora coesa e dalle forti radici valoriali, dove si sviluppano reti sociali e innovazione. Racconto che passa per persone, storie, buone pratiche, sperimentazioni, nuove iniziative, trasversale a tutti i settori. Racconto che diventa anche quello della ricaduta pratica delle politiche e delle misure regionali, secondo una prospettiva attenta a evitare una autoreferenzialità che minerebbe l'efficacia stessa della comunicazione istituzionale dell'Ente.

Uno dei tratti distintivi di questo racconto sarà, ancora una volta, la **multimedialità** e il ricorso a canali, strumenti e linguaggi differenziati, funzionali a pubblici e obiettivi specifici: attraverso i comunicati stampa e i videocomunicati si darà spazio più all'attività istituzionale della Giunta, della Presidenza e dei singoli assessorati; attraverso approfondimenti web, social, podcast, format video, verrà invece sviluppato maggiormente il racconto della comunità e delle peculiarità regionali.

Il lavoro di **produzione di contenuti** informativi e di comunicazione modulari e adatti a essere veicolati sulle diverse piattaforme disponibili procederà in parallelo con alcuni interventi finalizzati a migliorare il coordinamento della comunicazione complessiva dell'Ente, attraverso il coinvolgimento delle diverse strutture regionali.

Nel secondo semestre dell'anno, in collaborazione con tutte le strutture regionali, verrà completata la **migrazione del portale della Regione** ([www.regione.emilia-romagna.it](http://www.regione.emilia-romagna.it)), dei sotto-siti e dei siti tematici alla versione aggiornata di Plone (Plone5).

Si tratta di un'azione complessa, finalizzata all'aggiornamento del CMS, anche in risposta a un obbligo di legge, e a un rilancio della comunicazione web, attraverso l'aggiornamento **del layout e l'implementazione** di strumenti nuovi a supporto dello sviluppo di nuovi prodotti editoriali.

Un ulteriore obiettivo è l'elaborazione di una **social media strategy** valida per tutto l'Ente, che vede come punto di partenza la condivisione di policy e strumenti di gestione e monitoraggio della comunicazione social, per qualificarla e connotarla secondo standard condivisi, coordinati e riconoscibili.

Altra novità alle porte è quella della qualificazione delle infrastrutture dedicate alla produzione di contenuti.

Entro l'estate verranno completati i lavori di ristrutturazione del piano terra di viale Aldo Moro 52 per la realizzazione di **nuovi spazi polifunzionali**: sala convegni, ufficio stampa della Giunta, studio televisivo, sala regia, montaggio e post-produzione. Spazi tecnologicamente all'avanguardia, attrezzati per rispondere a tutte le esigenze di una comunicazione istituzionale autenticamente multimediale.

In particolare, **lo studio televisivo**, che l'Agenzia di informazione e comunicazione gestirà in collaborazione con LepidaTV, rappresenta una infrastruttura adeguata a realizzare produzioni originali e

di alta qualità, e può coinvolgere il sistema regionale dell'informazione e della creatività - tv locali, radio, videomaker, testate web, giovani professionisti, ecc. - rispetto alla produzione alla diffusione di contenuti altrettanto originali e rappresentativi dell'esperienza di una comunità.

\*\*\*\*\*

L'impegno che il Piano di comunicazione 2023 intende rilanciare è, dunque, quello di potenziare il coordinamento, l'integrazione, la cooperazione fra le tante iniziative e di consolidare l'**azione di regia e di coordinamento** affidata all'Agenzia di informazione e comunicazione: da un lato per armonizzare progetti che rischiano di sovrapporsi, dall'altro per favorire la trasversalità di iniziative e campagne di comunicazione capaci di coprire più ambiti e quindi più assessorati. Insieme a tre obiettivi:

- **integrare strumenti, piattaforme e linguaggi** per comunicare meglio e rafforzare il profilo della Regione, anche gestendo in maniera più efficiente ed efficace le risorse;
- **innovare la comunicazione** utilizzando nuove tecnologie, canali social finora non attivati, analisi dati, per intercettare fasce di popolazione a rischio esclusione (i giovani su tutti);
- collaborare più strettamente con i media e creare nuovi collegamenti con i sistemi di comunicazione regionale e locale, per favorire lo sviluppo di un "**ecosistema dell'informazione**".

A beneficio di chi in Emilia-Romagna vive e risiede, lavora, studia.

In allegato:

- *Mapa dei progetti di comunicazione 2023*
- *Resoconto dell'attività 2022*

Obiettivo strategico DEFR 2023	Obiettivo del Patto per il Lavoro e per il Clima	Assessorato	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Struttura referente	Note
Garantire il diritto alla salute	Diritti e doveri	Politiche per la Salute	La nuova sanità dell'Emilia-Romagna	Campagna di informazione di accompagnamento al processo di riorganizzazione del sistema sanitario regionale (SSR)	Informare i cittadini sulle prestazioni garantite dal SSR e sulle modalità di accesso a servizi e strutture	Tutta la popolazione, con focus su specifici target	Campagna integrata	autunno 2023	15	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con Direzione generale Cura della persona, salute e welfare
Garantire il diritto allo studio	Conoscenza e saperi	Scuola, Università, Ricerca, Agenda digitale	Crescere e studiare in Emilia-Romagna	Campagna dedicata alle politiche regionali per l'attuazione del diritto allo studio e il superamento delle disuguaglianze	Promuovere la conoscenza del sistema educativo, dalla scuola dell'infanzia alla secondaria di secondo grado e le opportunità per studentesse e studenti.	Tutta la popolazione, enti territoriali, istituzioni, sistema dell'istruzione, stakeholders	Campagna integrata	marzo-23	20	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con tutte le Direzioni generali
Progettare politiche innovative per le pari opportunità	Diritti e doveri	Programmazione territoriale, Edilizia, Politiche abitative, Parchi e forestazione, Pari opportunità, Cooperazione internazionale allo sviluppo	Amo essere Donna	Campagna per la promozione delle misure regionali per la promozione delle pari opportunità e il contrasto alla discriminazione e alle violenze di genere	Far conoscere le politiche regionali per la realizzazione di una piena parità di genere, il superamento delle disuguaglianze, il contrasto alla violenza di genere.	Tutta la popolazione	Campagna integrata	marzo-23	22	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con tutte le Direzioni generali
Valorizzare potenzialità e talenti dei giovani	Diritti e doveri - Lavoro, imprese e opportunità	Welfare, Politiche giovanili, Montagna e aree interne	Il percorso partecipato YOUZ 2023 e i servizi per i giovani nelle aree decentrate	Azioni di informazione per promuovere servizi e spazi per i giovani nelle aree decentrate	Far conoscere e valorizzare le iniziative innovative in termini di spazi di coworking, fab-lab, sale prove, spazi polifunzionali, Informagiovani e web radio	Giovani fra i 14 e i 35 anni	campagna integrata	luglio-23	5	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con tutte le Direzioni generali e Art-ER
Promuovere lo sviluppo del sistema regionale	Lavoro, imprese e opportunità	Sviluppo economico e green economy, lavoro, formazione e relazioni internazionali	L'Emilia-Romagna chiama i giovani talenti	Progettazione e sviluppo di una strategia di comunicazione integrata della legge regionale per attrarre e trattenere giovani talenti	Promuovere lo sviluppo del sistema regionale, l'attrattività e la competitività delle imprese e delle filiere	Sistema delle imprese, sistema dell'università e della ricerca, cittadini	Campagna integrata	autunno 2023	24	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con Art-ER e tutte le Direzioni generali
Promuovere lo sviluppo del sistema regionale	Lavoro, imprese e opportunità	Sviluppo economico e green economy, lavoro, formazione e relazioni internazionali	Tecnopolo e Data Valley	Progettazione e sviluppo di una strategia di comunicazione integrata del Tecnopolo di Bologna - Data Valley HUB	Promuovere lo sviluppo del sistema regionale, l'attrattività e la competitività delle imprese e delle filiere	Sistema delle imprese, enti e istituzioni, stakeholders nazionali e internazionali, cittadini	Campagna integrata	aprile-23	24	Agenzia di informazione e comunicazione	in collaborazione con Art-ER e con DG Conoscenza, Ricerca, lavoro, Impresa
Promuovere una cittadinanza attiva e partecipe	Tutti	Presidenza	Il Patto per il Lavoro e per il Clima: le storie	Produzione di video dedicati a interventi realizzati in attuazione del Patto, da parte della Regione e di altri soggetti firmatari	Avviare una rendicontazione sullo stato di attuazione del Patto, a tre anni dalla sua approvazione	Cittadini, enti e istituzioni pubbliche, imprese, associazioni, stakeholders del Patto	Video, campagna web e social	aprile-23	8	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con tutte le Direzioni generali

Obiettivo strategico DEFR 2023	Obiettivo del Patto per il Lavoro e per il Clima	Assessorato	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Struttura referente	Note
Tutelare le risorse idriche	Transizione ecologica	Vicepresidenza, Transizione ecologica, contrasto al cambiamento climatico, Ambiente, Difesa del suolo e della costa, Protezione civile	<b>Un progetto strategico per il fiume Po</b>	Attività di comunicazione a supporto del progetto coordinato dalla Regione per una visione strategica per il Fiume Po.	Valorizzare, riqualificare e integrare gli interventi in corso e da avviare, con il coinvolgimento dei territori, promuovere la partecipazione al progetto delle comunità locali.	Enti locali, cittadini, Aree protette, stakeholder locali, imprese, tecnici del settore (pubblici e privati)	Campagna integrata	In corso	12	Cura del territorio e dell'ambiente	In collaborazione con Agenzia di informazione e comunicazione e Direzione generale Conoscenza, Ricerca, Lavoro e Impresa
Valorizzare potenzialità e identità della montagna	Tutti	Welfare, Politiche giovanili, Montagna e aree interne	<b>Valore Appennino</b>	Campagna sulle politiche regionali a sostegno delle aree montane e sulla promozione turistica, sociale ed economica di questi territori	Valorizzare le identità e le potenzialità delle aree montane, per promuoverne lo sviluppo, incentivare l'insediamento delle attività imprenditoriali e contrastare il calo demografico	Cittadini, imprese, enti pubblici, enti territoriali, stakeholder	Campagna integrata	In corso	18	Agenzia di informazione e comunicazione	In collaborazione con Direzione generale Cura del territorio e dell'ambiente

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Costruire una filiera formativa e tecnica integrata	<b>Rete politecnica</b>	Campagna per la conoscenza dei percorsi di formazione professionale (ITS, IFTS e formazione superiore)	Diffondere e valorizzare la formazione tecnica superiore	giovani, studenti delle scuole superiori, cittadini	Campagna integrata	settembre-23	1	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Diffondere cultura e competenze digitali	<b>Data Valley Bene Comune</b>	Promozione del progetto Data Valley Bene Comune	Promozione di una cultura digitale, costruzione di una comunità di stakeholders sui temi dell'innovazione e del digitale.	Cittadini, enti e istituzioni pubbliche, imprese, associazioni	Campagna integrata	in corso	12	Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale	
Diffondere cultura e competenze digitali	<b>Pane e Internet</b>	Campagna per la conoscenza e l'uso di servizi digitali	Favorire lo sviluppo delle competenze digitali e un pieno accesso alla società dell'informazione	Tutta la popolazione	Campagna integrata	maggio-23	12	Risorse Europa, Innovazione e Istituzioni	
Investire in educazione e cultura	<b>Il nuovo Portale Cultura Emilia-Romagna</b>	Campagna di lancio del portale <a href="http://www.emiliaromagnacultura.it">www.emiliaromagnacultura.it</a> rinnovato	Promuovere l'accesso ai servizi culturali del territorio regionale	Tutta la popolazione, operatori di settore	campagna integrata	novembre-23	2	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Wetlands</b>	Campagna di sensibilizzazione sul valore delle aree umide	Promozione di idee di progetto e di lavoro sull'azione di carbon sink delle aree umide.	Stakeholder di settore, cittadini, Università e centri di ricerca.	Campagna integrata	In corso	24	Agricoltura caccia e pesca	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Campagna cuccioli di lupo</b>	Azioni di informazione e sensibilizzazione sulla convivenza fra uomo e fauna selvatica	Formazione ai tecnici di settore e a chi viene a contatto con la fauna selvatica (es. cacciatori) e sensibilizzazione per il grande pubblico	Cittadini, escursionisti, raccoglitori di tartufi e funghi, cacciatori, tecnici dei servizi di gestione della fauna selvatica	Campagna integrata	da definire	24	Agricoltura caccia e pesca	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Comunichiamo energia</b>	Convenzione con Enea per la ideazione, realizzazione e diffusione di campagne di comunicazione sull'uso consapevole dell'energia.	Sensibilizzare al cambiamento di comportamenti e abitudini per ridurre l'impronta energetica di persone e organizzazioni	studenti delle scuole superiori, imprese, condomini, enti pubblici	portale web, kit di comunicazione, video, campagna social	in corso	9	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Conoscere le specie esotiche invasive</b>	Campagna di <i>citizen science</i>	Aumentare la consapevolezza e facilitare il monitoraggio delle specie esotiche invasive	Cittadini, tecnici, enti vari, volontari, studenti	Campagna social, campagna web, prodotti editoriali	aprile-23	9	Cura del territorio e dell'ambiente	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>I mercoledì dell'Archivio - Anno 2023</b>	Ciclo di incontri formativi e informativi dedicati al territorio e all'ambiente dell'Emilia-Romagna.	Formare e sensibilizzare sull'ambiente, sul territorio e sulle sue risorse.	Guide ambientali escursionistiche, educatori ambientali, insegnanti, studenti, cittadini	Incontri on line, campagna web e social	marzo-23	9	Cura del territorio e dell'ambiente	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	Il progetto <b>LIFE PREPAIR</b> per la qualità dell'aria	Comunicazione dei risultati del progetto PREPAIR sui temi della qualità dell'aria.	scala di bacino padano e nazionale in sinergia con l'avvio del Piano Aria Integrato Regionale 2030	scuole, università, partners di progetto, studenti e famiglie		aprile-23	9	Cura del territorio e dell'ambiente	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	Le <b>Riserve della Biosfera</b> dell'Emilia-Romagna	Attività di comunicazione e organizzazione eventi per promuovere la conoscenza delle riserve naturali (Appennino Tosco Emiliano, Delta Po, Po Grande)	Promuovere le tre Riserve della Biosfera in Emilia-Romagna	Cittadini, tecnici, enti vari, volontari, studenti	Campagna web, campagna social, eventi	In corso	24	Cura del territorio e dell'ambiente	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Le sorgenti naturali</b> dell'Emilia-Romagna	Attività di informazione e formazione sul censimento partecipato delle sorgenti naturali dell'Emilia-Romagna	Arricchire, attraverso il coinvolgimento di volontari, il patrimonio di conoscenze sulle sorgenti non captate da acquedotto o per usi produttivi o domestici.	Associazioni, cittadini, Guide ambientali escursionistiche, insegnanti	Incontri on line, escursioni, campagna web, campagna social	In corso	12	Cura del territorio e dell'ambiente	L'iniziativa si inserisce nelle azioni previste dall'Agenda Digitale, progetto CitizER Science
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	Il <b>Progetto CARG</b> - Carta Geologica d'Italia in scala 1:50.000	Campagna di comunicazione sul progetto CARG per la realizzazione della carta geologica d'Italia in scala 1: 50.000.	Promuovere la conoscenza dei dati geologici ai fini della pianificazione strategica, della programmazione territoriale e della sicurezza.	Tecnici della pubblica amministrazione, professionisti che operano sul territorio, mondo della ricerca, cittadini	Campagna Web e social, infografiche, prodotti audio - video	In corso (avviata nel 2021)	12	Cura del territorio e dell'ambiente	
Investire in educazione per accelerare la transizione ecologica	<b>Storie Naturali</b> - La rivista delle aree protette	Redazione, stampa e distribuzione di n. 3 numeri annuali (anni 2023, 2024,2025)	Promuovere le aree naturali protette della regione e consolidare una cultura in materia di conservazione naturale e di promozione dello sviluppo sostenibile	Cittadini, tecnici, enti vari, amministratori delle Aree protette	Prodotto editoriale (a stampa e digitale)	luglio-23	30	Cura del territorio e dell'ambiente	In collaborazione con gli enti di gestione delle aree protette

Obiettivo: DIRITTI E DOVERI

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Diritto alla salute	<b>Addicted to life. Non te la bere</b>	Campagna per il contrasto all'abuso di alcol	Sensibilizzare i giovani su comportamenti a rischio come il binge drinking.	Giovani di età compresa fra 18 e 35 anni	Campagna social, prodotti a stampa	aprile-23	2	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>HIV/AIDS</b>	Campagna di informazione sulle principali modalità di prevenzione dell'infezione dal virus Hiv	Prevenire l'infezione e contrastare lo stigma	Tutta la popolazione	Prodotti digitali, campagna social, spot radio, materiali a stampa, affissioni	novembre /dicembre 2023	2	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>La contraccezione. Conoscere per scegliere</b>	Aggiornamento, ristampa e distribuzione di un opuscolo sulla contraccezione (disponibile nei consultori familiari)	Promuovere la conoscenza e l'accesso ai servizi regionali, favorire scelte informate e consapevoli	Donne in età fertile	Materiali a stampa	in corso	continuativa	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Alimentazione e nutrizione</b>	Campagna per contrastare lo sviluppo delle malattie croniche-degenerative, realizzata in collaborazione con i pubblici esercizi di ristorazione	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Cittadini, ristoratori	Campagna integrata	autunno 2023	3	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Alimenti, ambiente e salute</b>	Campagna di informazione e sensibilizzazione sull'importanza delle sinergie tra politiche sanitarie di prevenzione delle malattie, politiche ambientali e politiche alimentari	Fornire informazioni e assicurare il coordinamento fra strutture che operano a tutela della salute collettiva rispetto a fattori di rischio ambientali e climatici.	Professionisti PA, Professionisti privati, Cittadini	Campagna integrata (materiali di stampa, prodotti editoriali, campagna web)	estate 2023	3	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Antibiotici: è un peccato usarli male</b>	Campagna di sensibilizzazione a un uso appropriato degli antibiotici	Aumentare la consapevolezza sull'uso corretto degli antibiotici e prevenire le infezioni	Tutta la popolazione, professionisti della Sanità	Materiali a stampa, affissioni	dicembre-23	1	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>C devi pensare</b>	Campagna a sostegno dello screening dell'epatite C	Prevenire l'infezione	Persone nate tra il 1969 e il 1989	Campagna integrata	febbraio-23	10	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Come si legge l' <b>etichetta nutrizionale</b>	Campagna informativa sul significato dell'"etichetta nutrizionale" presente sulle confezioni degli alimenti	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Studenti e famiglie, cittadini, associazioni di categoria	Prodotti a stampa, video, campagna web e social	settembre-23	3	Cura della persona, salute e welfare	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Diritto alla salute	Gli <b>Screening oncologici</b>	Iniziative di comunicazione sui programmi di screening per la prevenzione dei tumori femminili e del colon-retto	Promuovere l'adesione ai programmi di screening oncologici	Tutta la popolazione	Campagna integrata	luglio-23	4	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Il Festival della <b>Prevenzione</b>	Realizzazione di eventi pubblici dedicati a prevenzione, promozione della salute, sostenibilità	Consolidare la conoscenza delle opportunità per prendersi cura della propria salute (prevenzione primaria, secondaria, terziaria)	Tutta la popolazione	Eventi pubblici	giugno-23	10	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Invecchiamento di successo</b>	Campagna sulla prevenzione delle malattie degenerative e dell'invecchiamento	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Cittadini di età superiore a 45 anni	Campagna integrata	ottobre-23	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	La rete <b>oncologica</b> ed emato-oncologica regionale	Campagna di supporto all'attivazione della rete oncologica ed emato-oncologica regionale	Promuovere la conoscenza e l'accesso ai servizi regionali, favorire scelte informate e consapevoli	Tutta la popolazione, professionisti della Sanità	Convegno, materiali a stampa, video	febbraio-23	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	La <b>vaccinazione antinfluenzale</b>	Campagna informativa sull'utilità della vaccinazione antiinfluenzale	Sostenere l'adesione alla vaccinazione antinfluenzale, in particolare per la popolazione più a rischio	Tutta la popolazione	Campagna integrata	ottobre-23	2	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Linee Guida <b>contro lo spreco alimentare</b>	Divulgazione delle Linee guida per il recupero, la distribuzione e l'utilizzo di prodotti alimentari per fini di solidarietà sociale	Promuovere la sicurezza alimentare	Enti donatori, empori solidali, aziende sanitarie, cittadini	Prodotti a stampa, campagna web, campagna social adv	giugno-23	3	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Lo <b>chiedo al mio dottore</b>	Campagna per una corretta gestione dell'accesso alle prestazioni specialistiche ambulatoriali	Sensibilizzare i cittadini e i professionisti sanitari alla corretta gestione del ricorso a prestazioni specialistiche e potenziare il rapporto di fiducia tra pazienti e medico di famiglia	Cittadini, medici e professionisti della sanità	Social, spot video, spot audio	dicembre-23	12	Cura della persona, salute e welfare	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Diritto alla salute	Promozione dell' <b>attività motoria</b>	Campagna per "abbattere" le barriere che impediscono a determinate fasce di popolazione di svolgere attività motoria (" <i>non ho tempo</i> ", " <i>non è uno sport per donne</i> ")	Promuovere stili di vita sani e salutari e ridurre le disuguaglianze	Tutta la popolazione	Campagna integrata	novembre-23	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Riconoscere e curare l' <b>endometriosi</b>	Campagna di informazione sulla patologia e sul percorso assistenziale	Promuovere la conoscenza e l'accesso ai servizi regionali, favorire scelte informate e consapevoli	Donne in età fertile	Campagna social, campagna web. Affissioni	marzo-23	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Riconoscere e prevenire la <b>depressione</b>	Campagna informativa sul fenomeno della depressione post partum	Sensibilizzare cittadini e professionisti sanitari e socio sanitari rispetto a un fenomeno diffuso, ma poco visibile e stigmatizzante	Donne in gravidanza e loro familiari, professionisti della Sanità	Campagna web, video	da definire	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	Riconoscere il <b>gioco d'azzardo</b>	Campagna per la prevenzione ed il contrasto al gioco d'azzardo patologico	Sensibilizzare la comunità regionale sui rischi connessi al gioco d'azzardo patologico nelle sue diverse manifestazioni	Tutta la popolazione, con focus su specifici target di età	campagna integrata	maggio-23	12	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Sport sano</b>	Campagna per il contrasto all'uso degli anabolizzanti nello sport e la promozione del Centro Regionale antidoping.	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Sportivi amatoriali	Campagna integrata	ottobre-23	2	Cura della persona, salute e welfare	
Diritto alla salute	<b>Zanzara Tigre</b> (e altri...)	Campagna sulla prevenzione delle malattie da insetti vettori	Contenere la diffusione di specifiche malattie	Tutta la popolazione	Campagna web e social	maggio-23	3	Cura della persona, salute e welfare	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Diritto all'informazione	<b>Lepida TV</b>	Campagna per la promozione di Lepida TV	Valorizzare il palinsesto di Lepida TV come strumento di espressione dell'identità regionale ed estendere la rete delle collaborazioni con enti, istituzioni, associazioni.	Cittadini, enti e istituzioni pubbliche, imprese, associazioni	Campagna Integrata	in corso	24	Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale	
Promuovere una cittadinanza attiva e partecipe	Il Piano Integrato di Attività e Organizzazione ( <b>PIAO</b> )	Presentazione del processo di elaborazione e dei contenuti del documento integrato delle attività.	Rendere conto e dare conto del raggiungimento di linee di valore pubblico nell'attività della Regione	Pubblici interni alla RER, cittadini, istituzioni, stakeholder	Campagna integrata	maggio-23	12	Risorse Europa, Innovazione e Istituzioni	
Promuovere una cittadinanza attiva e partecipe	<b>PartecipAzione</b>	Campagna informativa su percorsi e strumenti per la partecipazione di stakeholders e cittadini all'elaborazione delle politiche pubbliche.	Promuovere la partecipazione di cittadini e stakeholder alle community/assemblee tematiche	Tutta la popolazione	Campagna social sponsorizzata, spot video, spot audio	giugno-23	10	Risorse Europa, Innovazione e Istituzioni	
Promuovere una cittadinanza attiva e partecipe	Rivista ' <b>Istituzioni del federalismo</b> ' - 2023	Produzione e distribuzione di quattro numeri della rivista	Divulgare le politiche regionali sulle principali linee di riforma istituzionale e legislativa	Politici e amministratori, dirigenti e funzionari della PA, studiosi del diritto e delle politiche pubbliche	Volume, a stampa e digitale	maggio-23	12	Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale	
Sostenere il diritto alla casa	<b>Affitti più leggeri e Patto per la casa</b>	Campagna per promuovere le misure regionali a sostegno della locazione abitativa.	Promuovere la conoscenza del programma regionale di sostegno alla rinegoziazione dei canoni di locazione e del programma "Patto per la casa Emilia-Romagna"	Cittadini, proprietari di alloggi, inquilini, Comuni, stakeholder	Campagna integrata	In corso	14	Cura del territorio e dell'ambiente	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Sostenere la genitorialità	<b>Percorso nascita</b>	Campagna informativa sui servizi di accompagnamento per futuri genitori durante la gravidanza e nei mesi successivi al parto	Promuovere la conoscenza e l'accesso ai servizi regionali, favorire scelte informate e consapevoli	Donne in gravidanza e loro familiari	Campagna integrata	in corso	continuativa	Cura della persona, salute e welfare	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Contrastare la dispersione scolastica e le povertà educative	<b>Fai il primo passo, scopri dove ti porta</b>	Campagna per la conoscenza delle opportunità per i NEET	Ridurre il numero di NEET	Giovani NEET tra i 15 e i 29 anni	Campagna social, spot radio, spot video, podcast	marzo-23	1	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Emilia-Romagna polo delle industrie culturali e creative	<b>We make it happen!</b>	Campagna di comunicazione della Emilia-Romagna Film Commission	Promuovere l'identità della Film Commission, il Fondo per l'Audiovisivo, le ricchezze professionali, ambientali e i servizi pubblico-privati erogati per accogliere le produzioni cinematografiche nazionali e internazionali	operatori del settore italiani ed internazionali, cittadini	inserzioni su testate di settore per promozione in occasione di anteprime, mercati e festival	aprile-23	15	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	<b>Alla scoperta dell'Anguilla europea</b>	Campagna a supporto del progetto Lifeel per il ripristino dello stock di Anguilla europea nel bacino del Po e del Nesto.	Promuovere e valorizzare l'Anguilla europea sia come elemento chiave per la biodiversità dei fiumi e delle aree umide e salmastre, sia come prodotto locale di alta qualità importante per il benessere socioeconomico delle comunità costiere.	Cittadini, operatori del settore turistico ed enogastronomico, giornalisti specializzati	Campagna web, campagna social, eventi	In corso	18	Agricoltura Caccia e Pesca	
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	Campagna per la promozione del <b>tartufo</b>	Campagna di informazione e sensibilizzazione sulla filiera del tartufo	Sensibilizzazione su caratteristiche e qualità del tartufo come prodotto tipico di interesse nel settore del turismo enogastronomico e valorizzazione del legame con il territorio.	Cittadini, operatori del settore turistico ed enogastronomico, giornalisti specializzati	Eventi, interviste, redazionali su stampa specializzata	In corso	24	Agricoltura Caccia e Pesca	
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	<b>European Maritime Days - 2023 - Brest</b>	Partecipazione della RER a evento sulla Blue Economy organizzato dalla DG MARE della Commissione Europea	Favorire il posizionamento della Regione nei network tematici	Community della Blue Economy, partners di settore, stakeholders	Campagna integrata	apr-23	6	Agricoltura caccia e pesca	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	<b>Fiera Macfrut - Rimini</b>	Partecipazione alla Fiera internazionale dell'ortofrutta	Promuovere le produzioni a qualità regolamentata	Rappresentanti del mondo agricolo	Stand, incontri e seminari	aprile/maggio	1	Agricoltura caccia e pesca	
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	<b>Fiera Sana - Bologna</b>	Partecipazione al 34° Salone internazionale del biologico e del naturale	Promuovere le produzioni a qualità regolamentata	Rappresentanti del mondo agricolo, operatori di settore e consumatori	Stand, incontri e seminari	luglio/settembre	1	Agricoltura caccia e pesca	
Promuovere le produzioni regionali e i prodotti a denominazione di origine	<b>I prodotti Dop e Igp</b>	Campagna per la promozione dei prodotti agricoli a marchio Dop e Igp	Promuovere le produzioni a qualità regolamentata	Consumatori, cittadini	Eventi, campagna social con testimonial e brand ambassador	da definire	12	Agricoltura caccia e pesca	in compartecipazione con Apt Servizi
Promuovere salute e sicurezza sul lavoro	<b>Lavoro sicuro</b>	Campagna informativa sulle politiche per la sicurezza sui luoghi di lavoro	Promuovere l'accordo per la "Tutela della salute e sicurezza sul lavoro" e sensibilizzare l'intero mondo del lavoro e la società regionale sul diritto alla salute e sicurezza sul lavoro e sul valore della prevenzione.	Lavoratori, imprese, organizzazioni sindacali e di categoria, istituzioni, stakeholders del Patto	Campagna Integrata	luglio-23	24	Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale	
Rafforzare ricerca e innovazione	<b>Fondi europei 2021-2027 - Opportunità e primi risultati</b>	Campagne di comunicazione sui primi risultati dei bandi usciti, in termini di numero di progetti approvati e qualità degli stessi	Far conoscere i primi risultati e sensibilizzare sulle opportunità presenti e future della nuova programmazione	Enti locali, imprese, professionisti, associazioni datoriali e sindacali, enti di ricerca, Terzo settore, cittadini	Campagne social e radio	giugno-23	4	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Rafforzare ricerca e innovazione	<b>Il programma triennale attività produttive e Programma ricerca, innovazione e trasferimento tecnologico (Priitt)</b>	Azioni di comunicazione per la promozione del Piano attività produttive e Priitt in funzione della programmazione 2021-2027	Diffondere la conoscenza degli interventi regionali sulla ricerca e a favore del sistema economico produttivo regionale	imprese ed associazioni di categoria, professionisti, enti di ricerca, ecosistema regionale dell'innovazione	Campagna social, redazionali, spot video, podcast	luglio-23	5	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Rafforzare ricerca e innovazione	MarghERita - Un supercomputer per l'Emilia-Romagna	Campagna informativa sul supercomputer dell'Emilia-Romagna a disposizione degli enti del territorio	Raccontare le potenzialità e i benefici per il territorio collegati alle attività di raccolta, elaborazione e analisi di grandi masse di dati. Supportare la partecipazione ai bandi.	Enti territoriali, istituzioni, stakeholder	Campagna integrata	da definire	12	Risorse Europa, Innovazione e Istituzioni	
Rafforzare ricerca e innovazione	Premio Innovatori responsabili	Campagna di comunicazione post Premio 2022 e lancio Premio 2023	Valorizzare e diffondere buone pratiche di sostenibilità e promuovere la partecipazione al bando 2023	imprese, scuole, associazioni di categoria, liberi professionisti, pubbliche amministrazioni	Campagna social, Publiredazionali digitali, spot video	marzo-23	8	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Salute e sicurezza sul lavoro	Sicurinsieme e Open Safety Day	Campagna per il miglioramento della sicurezza delle cure nelle organizzazioni sanitarie regionali.	Promozione della sicurezza nelle strutture sanitarie, prevenzione e mitigazione dei potenziali esiti indesiderati e danni possibili nei processi assistenziali.	Tutta la popolazione, professionisti della Sanità	Campagna integrata, evento "Open Safety Day"	settembre-23	2	Cura della persona, salute e welfare	
Sostenere le cooperative di comunità	Promuovere l'Economia solidale	Campagna per incentivare l'utilizzo del fondo per l'economia solidale	Promuovere la conoscenza delle agevolazioni finanziarie per i prestiti concessi da operatori di Finanza Etica Mutualistica e Solidale (FEMS) a realtà di Economia Solidale	Realtà del Terzo Settore legato all'economia solidale, cittadini	Video	aprile-giugno 2023	4	Cura della persona, salute e welfare	
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	Agricoltura sociale	Campagna di comunicazione per la qualificazione e la valorizzazione delle fattorie sociali	Promuovere la conoscenza delle fattorie sociali e delle opportunità offerte alle imprese agricole.	Cittadini, consumatori, operatori del settore	Campagna integrata, con ideazione di logo e immagine coordinata	marzo-23	9	Agricoltura caccia e pesca	
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	Campagna Lotta alla pesca illegale	Campagna per il contrasto alle pratiche di pesca illegale nell'Alto Adriatico e nel bacino del Po	Sostenere la transizione verso una cultura di contrasto alla pesca illegale, in accordo con tutte le istituzioni coinvolte.	Istituzioni rivierasche del bacino del Po e istituzioni transfrontaliere dell'area CTE Italia-Croazia	Campagna integrata	giugno-23	24	Agricoltura caccia e pesca	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	<b>Gli agriturismi dell'Emilia-Romagna</b>	Aggiornamento del sito dedicato alla rete degli agriturismi della regione	Promuovere la conoscenza degli agriturismi regionali	Cittadini, consumatori, turisti	Campagna web	marzo-23	9	Agricoltura caccia e pesca	
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	<b>Il piano di sviluppo rurale (PSR)</b>	Documentazione dei risultati dell'attuazione del PSR e diffusione di buone prassi	Diffondere i risultati dell'attuazione del PSR	Imprese, fornitori di servizi, cittadini	Campagna integrata, eventi e seminari	in corso	48	Agricoltura caccia e pesca	
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	<b>Le fattorie didattiche dell'Emilia-Romagna, Fattorie Aperte e Giornata dell'alimentazione in fattoria</b>	Campagna per la promozione della rete regionale delle fattorie didattiche e dei servizi	Promuovere la conoscenza dell'ambiente rurale, i prodotti agroalimentari del territorio, le tecniche produttive	Cittadini, consumatori, turisti, operatori del settore, scuole	Campagna integrata	in corso	22	Agricoltura caccia e pesca	
Sostenere le imprese agricole, agroalimentari e della pesca	<b>Linee Guida delle Piccole Produzioni Locali</b>	Campagna a supporto delle imprese agricole e agrituristiche per promuovere un'alimentazione di qualità attenta alla salute collettiva	Promuovere la prevenzione e gli stili di vita sani e salutari	Imprese agricole ed agrituristiche, associazioni di categoria, cittadini	Campagna integrata	aprile-23	6	Cura della persona, salute e welfare	(coinvolti Assessorato Agricoltura, Assessorato Sanità, Sociale, Forum Economia Solidale)

## Obiettivo: TRANSIZIONE ECOLOGICA

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Incrementare produzione e uso delle energie rinnovabili	<b>Il Piano energetico regionale - PER</b>	Campagna di comunicazione sulle politiche energetiche	Diffondere la conoscenza degli interventi regionali nell'ambito energetico	imprese, enti pubblici, associazioni di categoria, professionisti, ecosistema regionale dell'innovazione, cittadini	Campagna social, spot video, podcast, redazionali digitali	maggio-23	6	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Incrementare produzione e uso delle energie rinnovabili	<b>Le Comunità energetiche</b>	Azioni di comunicazione a supporto dell'attuazione della legge regionale sulle comunità energetiche	Diffondere la conoscenza delle comunità energetiche e i vantaggi per promuoverne l'attivazione	Enti territoriali, imprese, enti di ricerca, enti del Terzo settore, cittadini	Campagna social, spot radio, spot video, podcast	giugno-23	7	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese	
Investire in una nuova mobilità sostenibile	<b>Salta Su</b>	Campagna per promuovere gli abbonamenti gratuiti ai servizi di trasporto pubblico locale per studenti	Promuovere l'utilizzo del trasporto pubblico locale tra i giovani	Studenti under 19 e loro famiglie	Campagna integrata	giugno-23	12	Cura del territorio e dell'ambiente	
Investire in una nuova mobilità sostenibile	<b>Campagna sulla sicurezza stradale</b>	Campagna per promuovere la sicurezza stradale	Sensibilizzare ed educare su comportamenti e situazioni di circolazione maggiormente a rischio, al fine di aumentare la consapevolezza sulla necessità di adottare condotte di guida più sicure e rispettose del Codice della Strada	Tutti gli utenti della strada	Campagna integrata	giugno-23	7	Cura del territorio e dell'ambiente	

## Obiettivo: TRANSIZIONE ECOLOGICA

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Migliorare la qualità dell'aria	Il nuovo <b>Piano Aria Integrato Regionale</b> (PAIR2030) e il servizio MOVE-IN	Attività di comunicazione sui temi della qualità dell'aria e, in particolare, sulle misure del nuovo Piano Aria Integrato Regionale (PAIR 2030).	Informare e sensibilizzare sui rischi dell'inquinamento atmosferico e sugli interventi strutturali ed emergenziali; promuovere nuovi comportamenti e stili di vita.	Tutta la popolazione, sistema delle imprese, insegnanti, studenti	Campagna integrata	Autunno 2023	12	Cura del territorio e dell'ambiente	
Prevenire il dissesto idrogeologico	La Gestione del <b>rischio alluvioni</b>	Campagna di informazione e formazione sul Piano regionale di gestione del rischio di alluvioni	Far conoscere il nuovo Piano gestione rischio alluvioni e le misure attuative	Tutta la popolazione, imprese, associazioni, tecnici della Regione, degli altri Enti territoriali e delle strutture competenti in materia (AIPO, consorzi di bonifica, ecc)	Pagine web e prodotti multimediali, prodotti a stampa, incontri online e/o in presenza	Autunno 2023	6	Cura del territorio e dell'ambiente	
Prevenire il dissesto idrogeologico e difendere la costa	Il contributo della geologia <b>all'analisi dei rischi costieri</b>	Attività di divulgazione di un rapporto sul contributo della geologia nell'analisi dei rischi costieri	Promuovere la conoscenza dei dati geologici ai fini della pianificazione strategica, della programmazione territoriale e della sicurezza.	Tecnici della pubblica amministrazione, liberi professionisti, mondo della ricerca e università, stakeholder dei progetti europei	Prodotto a stampa e online, eventi pubblici, social media	In corso (avviata a gennaio 2023)	12	Cura del territorio e dell'ambiente	volume realizzato In collaborazione con il Centro stampa regionale

## Obiettivo: TRANSIZIONE ECOLOGICA

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Prevenire il dissesto idrogeologico e difendere la costa	<b>Che costa sarà</b>	Campagna sulla strategia regionale per la difesa e l'adattamento della costa (GIDAC)	Promuovere la conoscenza della Strategia regionale di difesa e di adattamento della costa, che coniuga gli obiettivi di sviluppo con la tutela dei valori ambientali, ecosistemici e socioeconomici	Comuni costieri, Province e altri enti territoriali, operatori e associazioni di categoria del turismo e della pesca, Università e centri di ricerca, associazioni ambientaliste, cittadini	Campagna integrata	giugno-23	24	Cura del territorio e dell'ambiente	
Promuovere l'economia circolare	<b>"Chi li ha visti?"</b> – 9° Edizione	Campagna di comunicazione ed educazione ambientale su economia circolare e riciclo dei rifiuti, con aggiornamento dei dati, della grafica e dei prodotti editoriali (riedizione).	Sostenere e incoraggiare i comportamenti virtuosi da parte dei cittadini, coinvolgendoli nelle azioni strategiche della Regione, consolidare i concetti di "economia circolare" e "rifiuto come risorsa"	Cittadini, tecnici e amministratori degli Enti locali, in particolare dei Comuni	Campagna integrata	Autunno 2023	12	Cura del territorio e dell'ambiente	
Promuovere l'economia circolare	Fiera <b>Ecomondo 2023</b>	Partecipazione alla fiera Ecomondo 2023. In collaborazione con DG Cura del territorio e dell'Ambiente	Promuovere le politiche e le iniziative regionali per la sostenibilità e l'economia circolare.	Imprese e professionisti, associazioni di categoria, associazioni ambientaliste, Terzo Settore, Enti territoriali, Scuole, Giovani	Spazio regionale animato da workshop, webinar, spot video, podcast, contest	novembre-23	1	Conoscenza, ricerca, lavoro, imprese - Cura del territorio e dell'ambiente	
Tutelare e valorizzare il patrimonio forestate	<b>La gestione sostenibile delle foreste</b>	Presentazione dei risultati del progetto europeo per la valorizzazione ecologica della filiera foresta-legno.	Informare Enti e privati sulla possibilità di una gestione sostenibile delle foreste quale strumento di stoccaggio di carbonio, riduzione della carbon foot print e valorizzazione dei pagamenti ecosistemici	Enti locali, Enti di gestione delle aree protette di Emilia-Romagna e Friuli Venezia Giulia, imprese del settore legno	Eventi, campagna social, campagna web	marzo-23	1	Cura del territorio e dell'ambiente	

## Obiettivo: TRANSIZIONE ECOLOGICA

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Tutelare e valorizzare il verde e il patrimonio forestale	L' Osservatorio regionale per la <b>qualità del paesaggio</b>	Campagna informativa su monitoraggio, tutela, gestione e valorizzazione dei paesaggi regionali, in attuazione della Convenzione Europea del paesaggio	Diffondere i temi relativi alla tutela e alla valorizzazione del paesaggio e promuovere le attività dell'Osservatorio	Enti locali e altri Enti pubblici che operano sul territorio, Università, Ordini professionali, Istituti scolastici, cittadini e altre regioni	Campagna integrata	marzo-23	21	Cura del territorio e dell'ambiente	
Tutelare e valorizzare il verde e il patrimonio forestale	La gestione e la tutela degli <b>alberi monumentali</b>	Realizzazione e divulgazione di una pubblicazione sulla gestione e la tutela degli alberi monumentali	Far comprendere e conoscere la gestione degli alberi monumentali	Tecnici pubblici e privati, professionisti del settore, associazioni e cittadini	Volume a stampa, evento	In corso	23	Cura del territorio e dell'ambiente	
Tutelare e valorizzare il verde e il patrimonio forestale	<b>Mettiamo radici per il futuro</b>	Campagna di comunicazione per promuovere la distribuzione gratuita di alberi e la loro piantumazione nelle aree metropolitane e demaniali	Incrementare le superfici boscate, specialmente nelle aree pianeggianti, perché fungano da polmoni verdi all'interno e attorno alle città e nei corridoi naturali	Cittadini, imprese, enti pubblici e Comuni, gestori delle aree demaniali, associazioni	Campagna integrata	In corso (avviata nel 2021)	36	Cura del territorio e dell'ambiente	In collaborazione con l'Ente Parchi
Tutelare e valorizzare parchi, aree protette e Mab Unesco	I siti <b>Natura 2000</b>	Convegno di presentazione della Direttiva regionale sulle valutazioni d'incidenza (VINCA) dei siti Natura 2000.	Far conoscere la direttiva regionale dei siti Natura 2000	Comuni, Enti Parco, Unioni, associazioni di categoria, cittadini	Convegno	giugno-23	1	Cura del territorio e dell'ambiente	
Tutelare e valorizzare parchi, aree protette e Mab Unesco	<b>L'Alta Via dei Parchi</b>	Promozione dell'itinerario Alta Via dei Parchi e realizzazione della cartografia escursionistica	Rilanciare l'itinerario Alta Via dei Parchi	Escursionisti, turisti	Campagna integrata	In corso	36	Cura del territorio e dell'ambiente	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale proponente	Note
Tutelare le risorse idriche	<b>Il Piano di Tutela delle Acque (PTA)</b>	Attività informative e azioni di comunicazione per accompagnare il percorso di aggiornamento del Piano di Tutela delle Acque.	Far conoscere il piano regionale di tutela delle acque	Tutta la popolazione regionale	Campagna integrata	aprile 2023	36	Cura del territorio e dell'ambiente	

Linea di intervento del Patto per il Lavoro e per il Clima	Titolo dell'iniziativa	Descrizione dell'iniziativa	Obiettivo	Destinatari - Target	Strumenti	Data prevista per l'avvio	Durata (in mesi)	Direzione generale referente
Diritto all'informazione	Aggiornamento e ristampa materiali informativi	Produzione e distribuzione alle Aziende sanitarie di materiali aggiornati su tematiche sanitarie	Promuovere i servizi sanitari e specifiche opportunità di prevenzione	Tutta la popolazione	Materiali cartacei e aggiornamento aree web	in corso	Continuativo	Cura della persona, salute e welfare
Diritto all'informazione	<b>FotoreportER</b> - Immagini dall'Emilia-Romagna	Sviluppo e gestione dell'archivio fotografico digitale della Regione Emilia-Romagna	Valorizzare il patrimonio ambientale, culturale, storico e sociale della regione e documentare gli impatti delle politiche regionali sulla società civile	Cittadini, scuole, enti e istituzioni, sistema dei media	Fotografie, sito web	in corso	Continuativo	Gabinetto del Presidente della Giunta Regionale - Agenzia di informazione e comunicazione
Diritto all'informazione	<b>Le produzioni a qualità regolamentata</b>	Produzione e distribuzione di grafiche e materiali necessari per le iniziative di promozione (fiere, eventi, ecc.)	Promuovere le produzioni a qualità regolamentata	Imprese, operatori di settore e consumatori	Prodotti a stampa	in corso	Continuativo	Agricoltura caccia e pesca
Diritto all'informazione	Numero verde "Mi Nuovo"	Servizio di assistenza telefonica agli utenti dei servizi di trasporto pubblico locale (TPL)	Supportare gli utenti nell'accesso ai servizi di trasporto pubblico	Cittadini e utenti del TPL	Call center	giugno-23	24	Cura del territorio e dell'ambiente
Diritto all'informazione	Portale tematico <b>ER Ambiente</b> , siti web e social network collegati	Produzione di contenuti editoriali e promozione di iniziative a livello locale su varie tematiche legate all'ambiente	Informare su opportunità e risultati delle politiche regionali a favore della tutela dell'ambiente e promuovere e valorizzare le iniziative dei territori dell'Emilia-Romagna	Cittadini, imprese e professionisti, enti pubblici e Comuni, associazioni	Portale e siti web tematici collegati, newsletter, profilo Facebook ER Ambiente, sostenibilità in Emilia-Romagna, profilo Instagram emiliaromagnaambiente, profilo YouTube Ambiente Emilia-Romagna	In corso	Continuativo	Cura del territorio e dell'ambiente
Diritto all'informazione	Portale tematico <b>ER Mobilità</b> , siti web e social network collegati	Produzione di contenuti editoriali e diffusione di informazioni su iniziative a livello locale su varie tematiche legate ai trasporti e alla mobilità	Informare sulle politiche regionali a favore dei trasporti e valorizzare le iniziative delle realtà locali dell'Emilia-Romagna	Cittadini, imprese e professionisti, enti pubblici e Comuni, associazioni e comitati, aziende di trasporto	Portale e siti web tematici collegati, profilo YouTube ER Mobilità, newsletter	Continuativo	Continuativo	Cura del territorio e dell'ambiente
Diritto all'informazione	Portale tematico <b>ER Montagna</b> , siti web e social network collegati	Produzione di contenuti editoriali sulle politiche regionali a supporto dei territori montani e promozione di iniziative a livello locale	Informare su opportunità e risultati delle politiche regionali a favore della montagna e promuovere e valorizzare le iniziative e i territori dei Comuni montani dell'ER	Cittadini, imprese e professionisti, enti pubblici e Comuni montani, associazioni	Portale e siti web tematici collegati, profilo Facebook Montagna Regione Emilia-Romagna e profilo Instagram montagnaemiliaromagna	In corso	Continuativo	Cura del territorio e dell'ambiente
Diritto all'informazione	Portale tematico <b>ER Territorio</b> , siti web e social network collegati	Produzione di contenuti editoriali e diffusione di informazioni su iniziative a livello locale su varie tematiche legate al territorio (urbanistica, edilizia, politiche abitative, paesaggio)	Informare sulle politiche regionali a favore del territorio e valorizzare le iniziative delle realtà locali dell'Emilia-Romagna	Cittadini, imprese e professionisti, enti pubblici e Comuni, associazioni	Portale e siti web tematici collegati, profilo YouTube ER Territorio	in corso	Continuativo	Cura del territorio e dell'ambiente
Diritto all'informazione	Revisione portale ER Salute e siti web Aziende sanitarie	Analisi dei contenuti e riorganizzazione dell'architettura informativa dei siti	Miglioramento accessibilità e qualità, omogeneizzazione delle informazioni	cittadini/professionisti	Sito web	ottobre-23	12	Cura della persona, salute e welfare
Diritto all'informazione	Sito tematico "Acque" sul portale Ambiente e profilo Facebook "Acqua, risparmio vitale"	Azioni di comunicazione sul valore e sull'uso responsabile della risorsa acqua.	Informare e sensibilizzare il pubblico sul valore dell'acqua, sul risparmio e un uso consapevole e razionale	Tutta la popolazione	Sito web, pagina Facebook, webinar, prodotti multimediali e digitali	In corso	Continuativo	Cura del territorio e dell'ambiente



Allegato al piano di comunicazione

# LE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DEL 2022

1. Le principali campagne di comunicazione coordinate dall'Agencia
2. Comunicati stampa
3. L'ecosistema dei servizi di comunicazione
  - 3.1 Il portale istituzionale, i social media, la multimedialità
  - 3.2 Lepida TV

# 1. LE PRINCIPALI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DEL 2022



## Spazio all'educazione

Campagna di supporto al percorso partecipativo per la riqualificazione e la messa in sicurezza delle scuole  
<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/spazio-alleducazione>



## Raccolta fondi pro Ucraina

L'Emilia-Romagna dona: raccolta fondi a favore dei profughi ucraini  
<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/raccolta-fondi-a-favore-della-popolazione-ucraina>



## C devi pensare: screening epatite C

Campagna per lo screening gratuito per il virus dell'HCV  
<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/epatite-c>



## 8 marzo 2022

Campagna per la promozione delle politiche a sostegno delle pari opportunità e il superamento delle disuguaglianze di genere, in occasione della Giornata Internazionale della Donna  
<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/8-marzo-2022>



## ReadER

Campagna per la promozione dei servizi di biblioteca digitale per le scuole primarie, secondarie di primo e secondo grado dell'Emilia-Romagna  
<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/reader>



## 30 anni di 118

Un servizio pubblico e gratuito di pronto intervento sanitario, attivo 24 ore su 24, nato in Emilia-Romagna e poi esteso nel Paese.

# 1. LE PRINCIPALI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DEL 2022



## Agriturismi in Emilia-Romagna

Campagna per la promozione delle aziende agrituristiche e multifunzionali

[https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/agriturismo\\_2022](https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/agriturismo_2022)



## Progetto Decennale Sisma - Emilia più di prima

L'emergenza e la ricostruzione, un grande percorso collettivo che ha visto insieme cittadini, amministratori locali, istituzioni. Insieme alla nascita di norme cui oggi, insieme a tante buone pratiche, guarda il Paese

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/decennale-sisma>



## Valore Appennino - Anno 2022 (1° flight)

Campagna per la promozione delle politiche regionali e della programmazione strategica su scala europea, nazionale e regionale a sostegno delle aree montane per il periodo 2021-2027: la montagna di oggi e quella che verrà, protagonista di un nuovo modello di sviluppo più equo e più inclusivo

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/valore-appennino>



## Salta su! - Anno 2022 (2° flight)

Campagna per incentivare la scelta del trasporto pubblico locale e promuovere l'abbonamento gratuito per studenti per l'anno scolastico 2022-2023

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/salta-su-2022>



## Peste Suina Africana (PSA)

Campagna di sensibilizzazione per conoscere la peste suina africana e prevenirne la diffusione

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/peste-suina-africana>



## Una Casa in montagna

Campagna a sostegno del Bando regionale per incentivare il ripopolamento e la rivitalizzazione delle aree montane

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/bandocasamontagna>

# 1. LE PRINCIPALI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DEL 2022



## Teniamo alta l'attenzione! – Anno 2022 (1° flight)

Campagna per promuovere la conoscenza dei servizi regionali di allerta meteo

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/allerta-meteo>



## Senza rispetto non c'è gara

Campagna per la promozione delle politiche di contrasto alle discriminazioni e alla violenza di genere in occasione del 25 novembre -Giornata internazionale contro la violenza sulle donne

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/giornata-internazionale-contro-la-violenza-sulle-donne>



## Winter festival – L'inverno è uno spettacolo

Campagna per la promozione del calendario di eventi culturali in programma dal 15/12 al 6/1/2023 sul territorio della regione Emilia-Romagna

<https://www.regione.emilia-romagna.it/comunicazione/winter-festival>

## LE INSERZIONI SUI MEDIA

### Testate online

Complessivamente, 34 testate giornalistiche online, pubblicazione per 7 giorni, per 9 campagne

Prov.	Testata
BO	Bologna Today
IMOLA	Sabatosera.it
IMOLA	Settesere.it
FC	Forlì 24 Ore
FC	ilromagnolo.info
FE	Ferrara24ore.it
FE	Ferraratoday
FE	Estense.com
MO	Sassuolo2000.it/Modena2000.it/Carpi2000.it
MO	lapressa.it
MO	modenaindiretta
MO	sulpanaro.net
PC	libertà.it
PC	ilPiacenza
PC	Piacenza Sera
PR	parmaonline

Prov.	Testata
PR	Parma.repubblica.it
PR	Parma Today
PR	parmaonline
RA	Ravenna Today
RA	lacronacadiravenna.it
RA	Ravenna24Ore.it
RA	ravennanotizie.it
RA	Piunotizie.it
RA	inpiazzanews.it
RE	Reggionline.com
RE	redacon.it
RE	Reggio Sera
RN	Rimini Today
RN	newsrimini.it
RN	Rimininews24.it

## LE INSERZIONI SUI MEDIA

### Quotidiani locali, edizione a stampa e digitale

Uscite di mezza pagina, ¼ di pagina, banner sui portali per 7 giorni per 2 campagne

- Il Resto del Carlino

ed. Bologna, Imola, Modena, Forlì, Ferrara, Reggio Emilia

- Corriere di Bologna

- Libertà

- la Repubblica ed. Bologna

- La Nuova Ferrara

- La Gazzetta di Reggio

- La Gazzetta di Modena

- Il Corriere di Romagna

- La Gazzetta di Parma

## Tabelloni comunali

940 spazi **140x200** nei comuni con popolazione oltre i 30.000 abitanti, 15 giorni di pubblicazione, per 3 campagne

Città	N. Spazi
Bologna	130
Parma	70
Modena	70
Reggio Emilia	70
Ravenna	70
Rimini	70

Città	N. Spazi
Ferrara	70
Forlì	55
Piacenza	70
Cesena	55
Carpi	20
Imola	20

Città	N. Spazi
Faenza	70
Sassuolo	55
Casalecchio di Reno	70
Cento	55
Riccione	20
Formigine	20

Città	N. Spazi
Castelfranco Emilia	20
San Lazzaro di Savena	20
Lugo	15
Valsamoggia	20

## 2. COMUNICATI STAMPA

Da gennaio a dicembre 2022: n. **1.700 comunicati** che hanno generato **24.936 articoli correlati**. In media: **14.6 articoli correlati per comunicato**.

**Escludendo i bollettini Covid: 1.385 comunicati** hanno generato **7.395 articoli correlati**, pari a **5,3 articoli per comunicato**.

Dalla precedente rilevazione (relativa al periodo 1° marzo 2021-28 febbraio 2022) risultavano 1.753 comunicati e 29.355 articoli correlati.

Sia in questa che nella precedente rilevazione vengono considerati solo gli articoli a stampa e non quelli usciti su testate on line.

### PRECISAZIONI

Poiché nel corso del 2022 è cambiata la composizione della Giunta e con essa l'assegnazione di alcune deleghe, per chiarezza si prendono a riferimento i nomi dei singoli Assessori.

I comunicati di **aggiornamento sull'andamento della pandemia** risultano essere **315** (va considerato che a novembre 2022 il Bollettino da quotidiano è diventato settimanale) e hanno generato **17.541 articoli correlati: 55,6 articoli per comunicato**.

Analisi per **aree tematiche** ha dato i seguenti risultati:

AREE	COMUNICATI	ARTICOLI
Assessore Mammi	117	605
Vicepresidente/Assessora Priolo	222	1.545
Assessore Calvano	47	125
Assessore Felicori	183	459
Assessore Corsini	98	428
Assessora Lori	75	278
Assessore Donini	517	19.403
Presidente Bonaccini	321	2.423
Assessora Salomoni	86	330
Sottosegretario Baruffi	14	95
Assessore Colla	139	603
Vicepresidente Schlein/assessore Taruffi	82	348

## Distribuzione per territorio

Nel periodo considerato Knowage ha evidenziato **48.685 articoli** nelle testate provinciali, in base alla funzione "Distribuzione rassegna stampa locale" che fotografa gli articoli usciti sulle cronache locali presenti in rassegna stampa non tutti generati necessariamente da nostri comunicati

Provincia	Articoli
Bologna	13.433
Forlì-Cesena	3.869
Ferrara	6.958
Modena	6.212
Piacenza	3.962
Parma	4.705
Ravenna	1.970
Reggio Emilia	5.707
Rimini	1.869
<b>Totale</b>	<b>48.685</b>

Sezioni Rassegna stampa	Articoli
Agricoltura e agroalimentare, caccia e pesca	3.132
Ambiente e cambiamento climatico	3.997
Infrastrutture e programmazione territoriale	2.129
Innovazione e agenda digitale	466
Mobilità e trasporti	1.827
Pari opportunità	333
Politica internazionale	2
Politica nazionale	48
Politica regionale	5.968
Politiche culturali	5.906

Sezioni Rassegna stampa	Articoli
Politiche giovanili	81
Politiche per la montagna	216
Politiche per la salute	9.221
Politiche per lo sport	2.312
Politiche sociali	1.916
Protezione civile, difesa del suolo e della costa	609
Ricostruzione post terremoto	270
Scuola, università e ricerca	3.592
Sviluppo economico	5.239
Turismo e commercio	1.419

# 3. L'ECOSISTEMA DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

## 3.1 IL PORTALE ISTITUZIONALE, I SOCIAL MEDIA, LA MULTIMEDIALITÀ

### Portale istituzionale

[www.regione.emilia-romagna.it](http://www.regione.emilia-romagna.it)

**3.371.353 visitatori unici\***

**5.768.266 pagine visitate\***

Sono state pubblicate complessivamente **824 notizie**.

\*I numeri sono in diminuzione rispetto al 2021, calo motivato dall'effetto Covid che aveva pesantemente condizionato gli accessi al portale della Regione nel biennio 2020-21, quando aumentò notevolmente il bisogno dei cittadini di rimanere aggiornato sull'andamento della pandemia e le misure di prevenzione, e sono in linea con l'andamento pre-pandemico (2019), quando i visitatori unici erano 2,6 milioni e le pagine visitate 6 milioni.

### Video

**80 videocomunicati** inviati

**50 video** pubblicati su **youtube**

Sul **canale youtube** le visualizzazioni sono state **3,2 milioni (+58%** rispetto al 2021) con un aumento di 1.427 nuovi iscritti per un totale di **29.083 ore di visualizzazione (+6%** rispetto al 2021)

### Social/Facebook

**7.613.613 gli utenti unici**

che hanno visualizzato almeno una volta un contenuto della Regione, con una **crescita del 2,8%** rispetto all'anno precedente.

Gli utenti hanno **interagito 410.288 volte** con i nostri contenuti: 304.220 con una **reazione** (il cosiddetto 'Mi piace'), 62.962 con un **commento** e 42.906 con una **condivisione**.

Il numero totale di **post pubblicati** è stato di **1.146**, in calo del 22% rispetto ai 1.471 del 2021. Il **numero medio di utenti unici raggiunti per ogni post** è aumentato: **+31,9% in dodici mesi**. I **click sul link**, cioè il numero di utenti che da un nostro post ha visitato un sito esterno a Facebook sono stati 596.298.

Il **numero totale di follower è 248.253**, con un **aumento di 9.643 utenti** rispetto alla fine del 2021.

Gli utenti unici raggiunti dai post delle nostre **campagne a pagamento** sono stati **5.856.659**, con un **aumento del 2,8%** rispetto al 2021.

## Social/Twitter

**3,97 milioni**

le **visualizzazioni** totali dei **tweet** della Regione

Sono stati pubblicati complessivamente **2.394 tweet**; **21.970** invece la **menzioni**, cioè tweet di altri utenti che parlavano- taggandola- della Regione.

Il numero totale di **follower** è **134.231**, con un **aumento di 5.902 utenti** rispetto alla fine del 2021.

## Social/Linkedin

Nel 2022 i **194 post** del profilo Linkedin della Regione sono stati **visualizzati** un totale di **1.739.010 volte**.

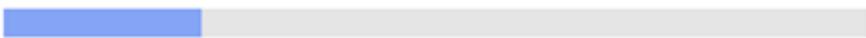
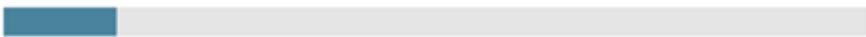
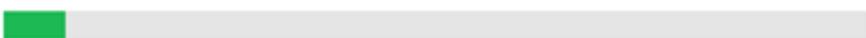
Il numero di **follower** è **71.466**, con un **aumento di 9.071 utenti** rispetto alla fine del 2021.

Le **reazioni** sono state 15.281, 180 i **commenti**, 2.469 le **diffusioni** dei post.

## Il podcast "Ti racconto l'Emilia-Romagna"

I 14 episodi pubblicati hanno generato **8.755 download**.

Nell'elenco le principali piattaforme utilizzate:

<input checked="" type="checkbox"/>	 Spreaker		55,51 %	4.748
<input checked="" type="checkbox"/>	 emilia-romagna.it		22,96 %	1.964
<input checked="" type="checkbox"/>	 ilfattoquotidiano.it		13,13 %	1.123
<input type="checkbox"/>	 Spotify		7,23 %	618

## 3.2 LEPIDA TV

L'Agenzia di informazione e comunicazione ha la responsabilità editoriale e il coordinamento dell'iniziativa **LepidaTV**, prevista dal contratto di servizio fra la Regione Emilia-Romagna e la società Lepida Scpa.

**Lepida TV** è uno strumento di comunicazione attraverso cui la Community Network degli Enti pubblici dell'Emilia-Romagna racconta il territorio regionale, i suoi protagonisti e la sua storia, con un focus specifico sulla innovazione digitale prodotta nel nostro territorio.

È fruibile tramite piattaforma streaming su [www.lepida.tv](http://www.lepida.tv) e su [YouTube.com/LepidaTV](https://www.youtube.com/LepidaTV) e offre un servizio online e mobile responsive - disponibile anche su smart tv, tablet e smartphone - di facile fruizione e pienamente aderente ai principi di accessibilità.

Il palinsesto on demand è suddiviso in 14 playlist tematiche all'interno delle quali sono stati riorganizzati i tantissimi video già presenti nell'archivio di LepidaTV, insieme a nuovi contenuti realizzati dalle strutture regionali e dalla community network dell'Emilia-Romagna.

### Prodotti/Servizi realizzati

- Realizzazione e reperimento di contenuti relativi all'innovazione digitale;
- Produzione di contenuti audio-video e multimediali
- Realizzazione e reperimento di contenuti relativi a iniziative, soggetti e azioni del territorio emiliano-romagnolo, anche attraverso accordi a titolo gratuito con soggetti privati/associazioni con finalità di promozione delle emergenze culturali, storiche e ambientali.
- Servizi di supporto tecnico a copertura di eventi e iniziative pubbliche a carattere istituzionale

### I numeri di Lepida TV

Lancio della nuova piattaforma: **4 marzo 2022**

Numero di video pubblicati nel 2022: **963**

Visualizzazioni: **1.600.156**

**1.134.456** on demand

**465.700** su canale YouTube

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. 468/2017 e s.m.i., parere di regolarità amministrativa di legittimità in relazione all'atto con numero di proposta GPG/2023/402

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. 468/2017 e s.m.i., parere di regolarità amministrativa di merito in relazione all'atto con numero di proposta GPG/2023/402

IN FEDE

Andrea Orlando

**REGIONE EMILIA-ROMAGNA**

**Atti amministrativi**

**GIUNTA REGIONALE**

Delibera Num. 395 del 20/03/2023

Seduta Num. 11

OMISSIS

---

L'assessore Segretario

Corsini Andrea

---

Servizi Affari della Presidenza

Firmato digitalmente dal Responsabile Roberta Bianchedi